CAPÍTULO 15

LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LA CONTRATACIÓN TURÍSTICA EN EXTREMADURA[62]

MERCEDES SABIDO RODRÍGUEZ

1. INTRODUCCIÓN

La eliminación de las fronteras, el desarrollo de las comunicaciones y la aplicación de las tecnologías de la información han facilitado la expansión e internacionalización de las relaciones comerciales y personales en los últimos tiempos. El sector turístico, una actividad económica clave en la Comunidad Autónoma de Extremadura, es un claro ejemplo de esta expansión. Así lo acredita, el auge que el turismo nacional e internacional ha tenido en nuestra Comunidad en los últimos años[63]. La actividad turística ha dejado de constituir situaciones aisladas, casi privilegiadas, en manos de unos pocos, para convertirse en situaciones constantes que, proliferan cada vez con mayor asiduidad y que se caracterizan por su complejidad en la medida en que vinculan a una pluralidad de Estados. Desde la perspectiva española, la internacionalización de la actividad turística varía según aquélla se produzca dentro o fuera del territorio de la Unión Europea. No obstante, en ambos supuestos, se requiere la adopción de medidas que garanticen la tutela de los distintos intereses presentes en las relaciones jurídicas desarrolladas en el sector.

La internacionalización de la actividad turística justifica la elaboración de iniciativas tanto a nivel internacional como europeo. A pesar de las dificultades económicas y financieras actuales, el sector turístico constituye un gran potencial de contribución a la «Estrategia Europa 2020», la estrategia de la UE para un crecimiento inteligente, sostenible e integrador[64]. Por ello, y a partir de la consagración en los artículos 6 d)

---

[62] Este trabajo se ha elaborado en el marco del Proyecto IB18106, relativo al «Análisis jurídico y nuevos retos de la protección de consumidores en el mercado digital: especial referencia al turista y al consumidor de servicios de salud», en el marco del VI Plan Regional de I+D+i (2017-2020) de la Junta de Extremadura, Consejería de Economía e Infraestructura, cofinanciado por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER).

[63] *Vid.* Informe ejecutivo, *Evolución de indicadores turísticos en el Primer Semestre de 2018 y comparativa con años anteriores*, elaborado por la Unidad de Estadística de la Dirección General de Turismo. <https://www.turismoextremadura.com/.content/observatorio/2018/InformesTrimestralesYEstacionales/Evolucion_indicadores_primer_semestre_2018.pdf>.

[64] Bruselas, 20.2.2014 COM(2014) 85 final 2014/0043 (NLE), Propuesta de Recomendación del Consejo *sobre los Principios de Calidad del Turismo Europeo.*

y 195 TFUE, se consagra la posibilidad de la Unión de complementar la acción de los Estados miembros en el sector del turismo, en particular promoviendo la competitividad de las empresas de la Unión en este sector. Dicha acción tendrá por objetivo: a) fomentar la relación de un entorno favorable al desarrollo de las empresas en este sector; b) propiciar la cooperación entre Estados miembros, en particular mediante el intercambio de buenas prácticas.

A partir de aquellas disposiciones, se han multiplicado las iniciativas adoptadas por las instituciones europeas. En este contexto fue elaborada la Comunicación sobre un nuevo marco político para el turismo europeo, «Europa, primer destino turístico del mundo: un nuevo marco político para el turismo europeo»[65]. La Unión debe hacer frente, en el mercado actual de los servicios turísticos, a las necesidades de las empresas que intervienen en este sector. En él, la calidad como fuente de ventaja competitiva tiene una importancia creciente, siendo fundamental poder acceder a información fiable, actualizada, precisa y pertinente sobre la calidad de los servicios turísticos, para que los turistas puedan distinguir un servicio competidor de otro y elegir con conocimiento de causa. Además, se debe permitir la utilización y el acceso a las tecnologías de la información como instrumento de ampliación y agilización de mercados. Pero también, se debe abordar el turismo europeo desde la perspectiva del turista. Estos se verán favorecidos por las medidas relativas a la información proporcionada respecto a la calidad de los servicios.

A pesar de las iniciativas adoptadas, la transversalidad de la actividad turística obstaculiza la tutela de los intereses presentes en las relaciones jurídicas desarrolladas en el sector. Junto a los intereses del mercado en el que esta actividad económica se inserta, confluyen intereses privados, de las empresas turísticas y particulares. Además, las singularidades del turismo hacen confluir en este sector un conjunto de intereses de carácter público, relativos a la protección del patrimonio histórico y cultural, la política de visados, la protección del medio ambiente, la protección de los consumidores y de la pequeña y mediana empresa, entre otros. De este modo, la ordenación de la contratación turística presenta una gran complejidad derivada tanto de su internacionalización como de la pluralidad de intereses presentes y de la diversidad de disposiciones que intervienen en su regulación.

En este contexto, nos proponemos analizar las particularidades que presenta la ordenación jurídica de la contratación turística en la actualidad. Ahora bien, la complejidad y diversidad de relaciones jurídicas que se han ido desarrollando en el sector impiden que el análisis propuesto se pueda realizar de forma pormenorizada. Nos centraremos, por ello, en el estudio de los contratos celebrados entre turistas y operadores turísticos. En la actualidad, destacamos dos notas que singularizan estos acuerdos: su configuración como contratos de consumo y la aplicación en este ámbito de tecnologías de la información.

De un lado, en los contratos celebrados operadores turísticos y turistas, la presencia de este último, como parte necesitada de una especial protección, y su calificación como consumidor justifican la instauración de un sistema tuitivo y la necesaria dotación de

[65] COM (2010) 352 final.

un estatuto jurídico propio. De otro, los beneficios que reporta la internacionalización de los contratos turísticos son indudables sin embargo, como contrapartida, también presentan ciertas dificultades que requieren soluciones específicas. La presencia de distintos Estados y, por ende, de distintos ordenamientos jurídicos llamados a regular una misma relación jurídica suscita cuestiones específicas. El Derecho internacional privado está llamado a resolver las cuestiones que plantean las situaciones privadas internacionales. A través de sus normas ofrece solución tanto en orden a concretar el tribunal internacionalmente competente[66] como en relación con la determinación del Derecho que ha de regir la relación jurídica litigiosa[67]. En este marco, adquieren especial relevancia las particularidades que en la contratación internacional en el sector turístico ha supuesto y va a continuar implicando, la utilización de las tecnologías de la información.

Por último, a partir de estas consideraciones, nos proponemos abordar el estudio de dos figuras contractuales características de nuestros días por su internacionalidad y que han sido objeto de regulación en los últimos años: el contrato de aprovechamiento por turno de bienes inmuebles y del contrato de viajes combinados. Esta elección, sin duda, deja al margen otras figuras, debido a los límites de espacio de este trabajo, bien porque en unos casos presentan una dimensión estrictamente interna bien por carecer de regulación específica en nuestra Comunidad, sin que en ningún caso esta exclusión implique negar la relevancia práctica que algunas de esas figuras están adquiriendo en la actualidad[68].

2. LOS CONTRATOS TURÍSTICOS COMO CONTRATOS DE CONSUMO

2.1. Sujetos intervinientes en la contratación turística y relaciones contractuales

Los contratos turísticos no constituyen una categoría expresamente reconocida. La diversidad de relaciones jurídicas que giran en torno al mercado de bienes y servicios turísticos dificulta la elaboración de una categoría y el establecimiento de unos rasgos comunes. En ellas intervienen los operadores turísticos y los turistas.

En líneas generales, el término operadores turísticos engloba a las empresas, personas físicas y jurídicas, que desarrollan profesionalmente una actividad económica

[66] En nuestro ámbito de estudio, la norma básica para la determinación del tribunal internacionalmente competente es el Reglamento (UE) n.º 1215/2012 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 12 de diciembre de 2012, relativo a la competencia judicial, el reconocimiento y la ejecución de resoluciones judiciales en materia civil y mercantil (DO L 351, de 20 de diciembre de 2012) (en adelante, Reglamento 1215/12).

[67] En el sector del Derecho aplicable destacamos, en nuestro ámbito de estudio, el Reglamento (CE) n.º 593/2008 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 17 de junio de 2008, sobre la ley aplicable a las obligaciones contractuales (DO L 177, 4 de julio de 2008) (en adelante, Reglamento 593/08).

[68] No abordamos, por ejemplo, por su amplitud, ni el régimen jurídico del transporte, en general, ni el transporte terrestre de viajeros, a pesar de la actualidad de la problemática a partir de la Sentencia del Tribunal de Justicia de la Unión de fecha 20 de diciembre de 2017 dictada en el asunto C-434/15, *Asociación Profesional Élite Taxi* c. *Uber Systems Spain, S.L.*; ni el régimen jurídico de los apartamentos turísticos, de escasa proyección internacional.

que tiene por objeto un bien o servicio turístico. Aunque no están obligados a adoptar una determinada forma jurídica, las legislaciones autonómicas suelen requerir, con carácter general, el cumplimiento de determinados requisitos y la correspondiente autorización[69]. En relación con el turista, si bien podemos afirmar que los legisladores autonómicos optan por una noción amplia, carecemos de un concepto unívoco. Tampoco la legislación estatal adopta un criterio uniforme. Con carácter general, puede ser definido como toda persona, usuaria final, que actuando en un ámbito ajeno a su actividad profesional o económica, demanda un bien o servicio turístico. Las similitudes con el concepto de consumidor previsto en el artículo 3 de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios (en adelante, LGDCU), son evidentes[70]. De hecho, como veremos, la legislación reguladora de algunos contratos turísticos, al referirse al contratante del empresario en el marco de los contratos que regulan utilizan el término consumidor[71].

La presencia de estos sujetos caracteriza las relaciones jurídicas, propiciando la aparición de un amplio abanico de contratos turísticos. De un lado, los contratos turísticos interempresariales, aquellos que se refieren a las relaciones entre los principales operadores turísticos que colaboran en el ofrecimiento de bienes y servicios turísticos: *touroperadores* o agencias mayoristas, empresarios hoteleros, y compañías de transporte. En este ámbito nos encontraríamos el contrato de reserva de plazas de alojamiento en régimen de cupo o contingente, el contrato de gestión hotelera y otros contratos de alojamientos turísticos o relativos a transporte turístico. La mayoría de estos contratos carecen de regulación específica, encontrándose sometidos a las reglas generales de los contratos contenidas bien en el Código de Comercio o en el Código civil. De otro lado, los contratos celebrados entre el operador turístico y el turista. Aquellos contratos que tienen por objeto la prestación de un servicio turístico al usuario final, ya sean concluidos por este, directamente, con la empresa encargada de suministrar dicho servicio, ya lo sean con la colaboración de un tercero que intervenga profesionalmente entre los proveedores materiales de los servicios turísticos y los turistas.

Ambos tipos contractuales tienen en común su objeto, un servicio o bien turístico; sin embargo, difieren en relación con los sujetos que vinculan. Centrándonos en los últimos, los celebrados entre empresarios y turistas, la propia participación del turista implica unas particularidades que han justificado la existencia de unas normas propias de aplicación preferente respecto a las de carácter civil o mercantil.

---

[69] Artículos 39-83 Ley 2/2011 Turismo de Extremadura. *Vid.*, el capítulo XIII de esta misma obra.

[70] *Vid.* artículo 3 del Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias (BOE n.º 287, de 30 de noviembre de 2007), tras la reforma operada por la Ley 3/2014, Concepto general de consumidor y de usuario: «A efectos de esta norma y sin perjuicio de lo dispuesto expresamente en sus libros tercero y cuarto, son consumidores o usuarios las personas físicas que actúen con un propósito ajeno a su actividad comercial, empresarial, oficio o profesión.

Son también consumidores a efectos de esta norma las personas jurídicas y las entidades sin personalidad jurídica que actúen sin ánimo de lucro en un ámbito ajeno a una actividad comercial o empresarial».

[71] *Vid.* la ley 4/2012 sobre aprovechamiento por turno de bienes inmuebles y la regulación del contrato de viajes combinados previa a la modificación introducida a través del Real Decreto-ley 23/2018.

Su presencia individualiza este tipo de relaciones jurídicas configurándolas como contratos de consumo.

2.2. La tutela del turista

Además de la protección articulada a partir de su configuración como consumidor, por su propia peculiaridad, el turista requiere una protección especial. Las prestaciones objeto de estos contratos se realizan fuera del lugar de residencia habitual del turista. Circunstancia que lo hace, quizás, más vulnerable y se proyecta en una necesidad de tutela. Además, en la mayoría de las ocasiones la contratación de servicios turísticos se realiza con cierta antelación al momento de recibirlo, incluso realizando el desembolso de cantidades a cuenta del precio de los servicios contratados. De este modo, el turista se arriesga a perder lo entregado sin contraprestación alguna si, en supuestos de insolvencia de la empresa, no se adoptan las medidas adecuadas. En la actualidad, el desarrollo del mercado digital permite que la contratación turística se realice sin la presencia simultánea de contratante, favoreciéndose la contratación a distancia y por medios electrónicos. El turista realizará el contrato a partir de la información obtenida de folletos o mensajes publicitarios recibiendo las prestaciones del mismo materialmente en un lugar alejado de su entorno habitual y en unas circunstancias propicias para ser objeto de abusos. Como veremos, estas circunstancias requieren adoptar medidas para garantizar la tutela de sus intereses en el marco de los contratos internacionales de consumo.

Configurado el turista como consumidor, su estatuto jurídico comprende los derechos reconocidos por la legislación general en materia de consumo, tanto de ámbito estatal[72] como de ámbito autonómico[73], en los que se les protege contra los riesgos «que puedan afectar su salud o seguridad así como a sus legítimos intereses económicos y sociales y la indemnización de los daños y perjuicios sufridos. También se consagra el derecho a obtener información correcta sobre los diferentes bienes o servicios, la educación y divulgación así como la audiencia y participación en el procedimiento de elaboración de las disposiciones generales que les afectan directamente y la representación de sus intereses, a través de las asociaciones, agrupaciones, federaciones o confederaciones de consumidores y usuarios legalmente constituidas».

Junto a estos derechos, las legislaciones autonómicas que regulan el turismo añaden, para los turistas, en particular, algunas particularidades. En este punto, por ejemplo, el artículo 13 de la ley 2/2011, de 31 de enero, de desarrollo y modernización del turismo de Extremadura[74] establece que las personas usuarias, con independencia de los derechos que les asisten como consumidoras, tendrán los siguientes derechos: «a) Obtener información comprensible, veraz, objetiva y completa sobre las características y el precio de los bienes y servicios que se les ofrecen, con anterioridad a su contratación, así como información en los términos establecidos sobre el número de

[72] *Vid.,* por ejemplo, el artículo 8 LGDCU consagra derechos básicos de los consumidores.

[73] A modo de ejemplo, el artículo 3 de la ley 6/2019, de 20 de febrero, del Estatuto de las personas consumidoras, de Extremadura (DOE n.º 39, de 26 de febrero de 2019), establece los derechos básicos de las personas consumidoras.

[74] DOE n.º 22, de 2 de febrero de 2011.

plazas, la clasificación del local o cualquier otra variante de la actividad que la normativa contemple. b) Recibir los servicios turísticos en las condiciones contratadas y con la calidad adecuada a la categoría del establecimiento y de acuerdo con la publicidad efectuada. c) Obtener cuantos documentos acrediten los términos de su contratación y, en cualquier caso, la facturación correspondiente conforme con la normativa legal establecida. d) Ser atendidas con el debido respeto. e) Acceder libremente a los establecimientos, respetando, en su caso, las prescripciones y reglamento de régimen interior de las empresas cuyos servicios disfruten o contraten. f) No ser discriminadas en el acceso a los establecimientos turísticos por razón de raza, lugar de procedencia, sexo, capacidad, orientación sexual, religión, opinión o cualquier otra circunstancia personal o social. g) Disfrutar de los servicios turísticos de manera autónoma y cómoda, sin sufrir restricción alguna derivada de circunstancias tales como movilidad reducida o cualquier otra limitación de carácter temporal o definitivo. h) Formular cualquier reclamación o queja y, en su caso, plantear solicitudes de arbitraje. i) Tener garantizada su salud y seguridad, así como la de sus bienes, en los establecimientos y los servicios que utilicen, en los términos establecidos en la legislación vigente. j) Tener garantizada la tranquilidad y la intimidad, de acuerdo con las características del establecimiento que utilicen y del entorno en el que esté ubicado. k) Participar en la adopción de decisiones de los poderes públicos, en los términos previstos en la legislación vigente, a través de sus asociaciones u órganos de representación. l) Solicitar y recibir el auxilio de las Administraciones Turísticas cuando sea necesario para la defensa de sus derechos, con independencia de su origen y destino, y sin perjuicio de las competencias de otros órganos y autoridades».

A estos derechos se añaden aquellos otros expresamente reconocidos en las disposiciones que abordan la ordenación específica de contratos turísticos, a las que hacemos referencia en el último apartado del presente estudio.

3. LA APLICACIÓN DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN EN LA CONTRATACIÓN TURÍSTICA

La introducción y el uso de las tecnologías de la información y la comunicación en todos los ámbitos de la vida humana es una realidad indiscutible a la que no escapa la actividad económica en sus vertientes productiva y comercial y, por ende, la actividad turística. Los medios electrónicos, informáticos y telemáticos presentan indudables ventajas tanto para los consumidores, que pueden acceder cómodamente a una amplia información, como para las empresas, para las que las tecnologías de la información constituyen un excelente vehículo de distribución y desarrollo en la gestión y promoción de sus actividades. Tanto por la actividad desarrollada como por los medios utilizados la contratación turística, ha recurrido a las tecnologías de la información y la comunicación. Este hecho ha favorecido su expansión. Si en un primer momento, principalmente las agencias de viaje, tuvieron que adaptarse a la necesidad de ofrecer servicios más allá de sus fronteras o ampliar sus servicios a turistas provenientes de otros Estados, en la actualidad las necesidades del mercado requieren introducir nuevos mecanismos de comercialización, como medios electrónicos, que implican fórmulas de internacionalización del comercio de actividades turísticas.

La utilización de medios electrónicos favorece el desarrollo de relaciones jurídicas conectadas con distintos Estados. El uso de redes abiertas, como Internet, permite que la información y las posibilidades de contratación que ofrecen los operadores turísticos y solicitan los turistas no se limiten territorialmente a un Estado sino que a ellas puedan acceder desde distintas partes del mundo. La inmediatez y la ubicuidad son las notas que singularizan la actividad desarrollada En el mercado globalizado las situaciones que surgen se caracterizan por la intervención de una pluralidad de sujetos vinculados a distintos Estados y una actividad desarrollada sin limitaciones temporales ni espaciales.

Estas circunstancias requieren, por la peculiaridad que introducen respecto de las situaciones puramente internas o conectadas con un único Estado, una regulación específica y justifican la necesidad de intervención legislativa. Las iniciativas se han ido produciendo a nivel internacional[75]y, en los ámbitos europeo[76] y nacional[77], la rápida y permanente evolución de las tecnologías de la información obliga al legislador a una constante adaptación.

En nuestro ámbito de estudio, la realidad evidencia la necesidad de afrontar las dificultades prácticas que plantea el desarrollo del mercado digital y las nuevas formas de comercialización de los productos turísticos en aras a la tutela de los turistas consumidores así como en orden a garantizar el buen funcionamiento del mercado regido por los principios de libre competencia, libertad de establecimiento y libre prestación de servicios. En este marco, la necesidad de relanzar la economía de los Estados miembros mediante la innovación y la inversión y la adopción de instrumentos que faciliten el comercio electrónico también lleva aparejada la introducción de reformas para garantizar la protección de los consumidores en el mercado único digital. Junto a la modernización y simplificación de las normas de consumo se propone aumentar la fiabilidad y seguridad de internet para los ciudadanos y las empresas. Las últimas iniciativas se proponen reforzar eficazmente las normas de protección de los consumidores y abordar los retos del mercado actual para completar el nuevo marco para los consumidores[78]. A pesar de la diversidad de supuestos que plantea el mercado

[75] Destaca la labor desarrollada por la Comisión de las Naciones Unidas para la Unificación del Derecho Mercantil Internacional (CNUDMI / UNCITRAL) desde que en 1996 la Comisión elaboró la Ley Modelo sobre Comercio Electrónico (que constituyó el marco que han seguido fielmente la mayoría de los Estados) continúa adoptando iniciativas como la Ley Modelo sobre Firma electrónica, o la Convención sobre la Utilización de las Comunicaciones Electrónicas en los Contratos Internacionales. *Vid.* <http://www.uncitral.org/uncitral/es/uncitral_texts/electronic_commerce.html>.

[76] Entre otras, la Directiva 2000/31 de 8 de junio de 2000 sobre comercio electrónico (DOCE L 178, de 17 de julio); Directiva 1999/93, de 13 de mayo de 1998 sobre firma electrónica (DOCE L13, de 19 de enero de 2000); la Directiva 2002/65 relativa al comercio a distancia (DOCE L 271, de 9 de octubre de 2002).

[77] Entre otras, la Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y comercio electrónico (BOE n.º 166, de 12 de julio de 2002) (en adelante, LSSICE); Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica (BOE n.º 304, de 20 de diciembre de 2003) recientemente derogada por la Ley 6/2020, de 11 de noviembre, reguladora de determinados aspectos de los servicios electrónicos de confianza (BOE n.º 298, de 12 de noviembre); Ley 56/2007, de 28 de diciembre, de Medidas de Impulso de la Sociedad de la Información; Ley 25/2013, de 27 de diciembre, de impulso de la factura electrónica y creación del registro contable de facturas en el Sector Público (BOE n.º 311, de 28 de diciembre de 2013).

[78] *Vid.* Comunicación de la Comisión *Un Nuevo Marco para los Consumidores* (COM[2018] 183, de 11 de abril de 2018); Propuesta de Directiva por la que se modifica la Directiva 93/13/CEE del Consejo, la

digital, limitaremos nuestro análisis a la delimitación de los supuestos que engloban, en nuestro ámbito la contratación electrónica y, de otro lado, a los problemas que plantean las plataformas digitales.

3.1. La contratación electrónica, a distancia, en el sector turístico

La expresión contrato electrónico engloba todos aquellos contratos que se perfeccionan mediante el uso de los instrumentos que ofrecen las tecnologías de la información o que no utilizan el «papel escrito y firmado por las partes» para su realización. Se incluyen, por tanto los contratos celebrados entre empresas así como aquellos en los que intervienen particulares. La LSSICE, siguiendo una concepción amplia del contrato electrónico lo define como «todo contrato en el que la oferta y la aceptación se transmiten por medio de equipos electrónicos de tratamiento y almacenamiento de datos, conectados a una red de telecomunicaciones». Sin embargo, con posterioridad a la LSSICE, otras normas inciden sobre el concepto distinguiendo la contratación electrónica y la contratación a distancia. La LGDCU define el contrato a distancia como aquél que se lleva a cabo «sin la presencia física simultánea del empresario y del consumidor y usuario, y en el que se hayan utilizado exclusivamente una o más técnicas de comunicación a distancia hasta el momento de la celebración del contrato y en la propia celebración del mismo»[79].

Los conceptos de contrato electrónico y contrato a distancia no coinciden. Sus ámbitos de aplicación difieren. Mientras que el primero es subjetivamente más amplio al incluir todo contrato en el que la oferta y la aceptación se transmiten por medio de equipos electrónicos celebrados bien entre empresarios bien entre empresarios y consumidores; los contratos a distancia se encuentran más limitados en cuanto a su ámbito de aplicación subjetivo, en la medida en que son contratos celebrados entre un proveedor y un consumidor.

La técnica de comunicación a distancia es un concepto que engloba todos aquellos instrumentos que permiten la celebración de un contrato sin la presencia física simultánea de los contratantes; de manera que la oferta, negociación y conclusión del contrato se efectúan a distancia. Interviniendo el proveedor (operador turístico) y un turista/consumidor, las peculiaridades de esta técnica de contratación exigen mayores garantías destinadas a la tutela de este último. El término «exclusivamente» implica

Directiva 98/6/CE, la Directiva 2005/29/CE y la Directiva 2011/83 por lo que respecta a la mejora de la aplicación y la modernización de las normas de protección de los consumidores de la UE (COM[2018] 185, de 11 de abril de 2018); Propuesta de Directiva relativa a las acciones de representación para la protección de los intereses colectivos de los consumidores y por la que se deroga la Directiva 2009/22/CE (COM[2018] 184, de 11 de abril de 2018). A raíz de estas propuestas han sido adoptadas, de un lado, la Directiva (UE) 2019/2161 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de noviembre de 2019, que modifica la Directiva 93/13/CEE del Consejo y las Directivas 98/6/CE, 2005/29/CE y 2011/83/UE del Parlamento Europeo y del Consejo en lo que respecta a una mejor aplicación y modernización de las normas de protección de los consumidores de la Unión (DO L 328 de 18.12.2019, pp. 7-28) y, más recientemente, Directiva (UE) 2020/1828 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de noviembre de 2020, sobre acciones representativas para la protección de los intereses colectivos de los consumidores y por la que se deroga la Directiva 2009/22/CE (DO L 409 de 4.12.2020, pp. 1-27).

[79] Artículo 92.1 tras la reforma efectuada por la citada Ley 3/2014.

que tanto en la oferta, como en la negociación y en la formación del contrato es necesario la utilización de técnicas a distancia, no pudiendo calificarse como contrato a distancia aquellos en los que se deje de emplear este tipo de técnicas y se entable un contacto personal y directo entre el proveedor del servicio y el consumidor. Lo relevantes es, por tanto, la aceptación de nuevos medios de expresión del consentimiento para poder encuadrar la relación como contrato electrónico o contrato a distancia.

En este contexto, la aplicación de las tecnologías de la información a la celebración de contratos turísticos ha suscitado algunas dificultades. Los contratos internacionales de consumo que se celebran mediante el uso de aquellas tecnologías van más allá de aquella delimitación conceptual. Con carácter general, el contrato internacional de consumo en los términos de los artículos 17 del Reglamento 1215/12 y 6 del Reglamento 593/08, a partir de los cuales se establece un régimen especial, requiere la concurrencia cumulativa de tres requisitos[80]: en primer lugar, que uno de los contratantes tenga la condición de consumidor, actuando ajeno a su actividad profesional[81]; en segundo lugar, que se celebre, efectivamente, un contrato entre el mismo y un empresa, en nuestro ámbito vinculada al sector turístico[82]; y, en tercer lugar, que se trate de algunos de las categorías contractuales previstas en los artículos 17 del Reglamento 1215/12 y 6 del Reglamento 593/08. En cuanto a este tercer requisito, a salvo los contratos relacionados, los preceptos se refieren a «cuando la otra parte contratante ejerciere actividades comerciales o profesionales en el Estado miembro del domicilio del consumidor o, por cualquier medio, dirigiere tales actividades a dicho Estado miembro o a varios Estados miembros, incluido este último, y el contrato estuviere comprendido en el marco de dichas actividades. Se excluye el contrato de transporte, salvo el contrato de viaje combinado (viaje y alojamiento)».

Su aplicación en el marco de la contratación turística ha sido objeto de interpretación por el TJUE. En concreto el órgano judicial se ha pronunciado sobre cuándo debe considerarse que un profesional «dirige» su actividad al Estado del domicilio del turista/consumidor. La aplicación de nuevas tecnologías y la necesaria protección de los consumidores en el mercado, llevan al Tribunal a considerar que la mera publicidad y utilización de una página web, medio habitual de intercambios comerciales, no puede considerarse actividad dirigida, siendo necesaria la concurrencia de otros indicios, más allá de datos e informaciones obligatorios, que deberá valorar el tribunal nacional para determinar la voluntad del profesional de atraer a consumidores de ese Estado miembro. El Tribunal afirma que es necesario

> «comprobar si, antes de la celebración del contrato con el consumidor, de las citadas páginas web y de la actividad global del vendedor se desprendía que este último tenía intención de comerciar con consumidores domiciliados en otro u otros Estados miembros, entre ellos el del domicilio del consumidor, en el sentido de que estaba dispuesto a celebrar un contrato con ellos.

---

80 STJUE, de 28 de enero de 2015, *Kolassa*, as. C-375/13.

81 SSTJUE de 20 de enero de 2005, en el asunto C-464/01, *Johann Gruber y Bay Wa AG,* Rec. I-458-480; de 14 de marzo de 2013, en el asunto C-419/11, *Česká spořitelna, a.s. y Gerald Feichter.*

82 STJUE de 14 de noviembre de 2013, en el asunto C-478/12, *Armin Maletic, Marianne Maletic y lastminute.com GmbH, TUIÖsterreichGmbH.*

Los siguientes elementos, cuya lista no es exhaustiva, pueden constituir indicios que permiten considerar que la actividad del vendedor está dirigida al Estado miembro del domicilio del consumidor: el carácter internacional de la actividad, la descripción de itinerarios desde otros Estados miembros al lugar en que está establecido el vendedor, la utilización de una lengua o de una divisa distintas de la lengua o la divisa habitualmente empleadas en el Estado miembro en el que está establecido el vendedor, con la posibilidad de reservar y de confirmar la reserva en esa otra lengua, la mención de números de teléfono con indicación de un prefijo internacional, los gastos en un servicio de remisión a páginas web en Internet con el fin de facilitar el acceso al sitio del vendedor o al de su intermediario a consumidores domiciliados en otros Estados miembros, la utilización de un nombre de dominio de primer nivel distinto al del Estado miembro en que está establecido el vendedor y la mención de una clientela internacional formada por clientes domiciliados en diferentes Estados miembros. Corresponde al juez nacional comprobar si existen esos indicios.

En cambio, el mero hecho de que pueda accederse a la página web del vendedor o del intermediario en el Estado miembro del domicilio del consumidor es insuficiente. Lo mismo ocurre con la mención de una dirección electrónica y de otros datos o con la utilización de una lengua o de una divisa que son las habitualmente empleadas en el Estado miembro en el que está establecido el vendedor»[83].

Ahora bien, estas exigencias no implican que el contrato tenga que ser realizado a distancia. Como ha señalado el TJUE, la evolución y desarrollo de la comunicación y el comercio electrónico unidos a la necesaria protección del consumidor[84] justificaron un cambio en las normas de Derecho internacional privado ampliando los supuestos que engloba el concepto de contrato de consumo. El criterio de conexión no depende del lugar en que actúa el consumidor ni del lugar en que se celebra el contrato, dando solo importancia, como acabamos de exponer, a la actividad de la otra parte que debe ejercerse en el Estado del domicilio del consumidor o dirigirse a él, lo que puede hacerse por medios electrónicos[85]. La celebración de un contrato de consumo a distancia tiene solo el carácter de un «indicio de vinculación del contrato» a la actividad comercial o profesional del vendedor o del prestador de un servicio dirigido hacia el Estado del domicilio del consumidor, sin constituir un requisito para la existencia de un contrato internacional ex artículo 17 Reglamento 1215/12[86] y artículo 6 del Reglamento 593/08.

3.2. Las plataformas digitales

El mercado digital favorece la aparición de nuevas formas de comercialización de bienes y servicios turísticos. En este contexto, ocupan la actualidad más reciente las plataformas digitales que permiten conectar a los prestadores de servicios con po-

[83] STJUE de 7 de diciembre de 2010, as. Ac. C-585/08 y C-144/09, *Peter Pammer y Reederei Karl Schlüter GmbH & Co KG* (C-585/08), y *Hotel Alpenhof GesmbH y Oliver Heller* (C-144/09).

[84] SSTJUE de 14 de mayo de 2009 as. C-180/06, *Renate Ilsinger y Martin Dreschers, síndico de la quiebra de Schlank & Schick GmbH*; de 20 de enero de 2005, en el asunto C-27/02, *Petra Engler y Janus Versand GmbH;* de 16 de marzo de 2006, en el asunto C-234/04, *Rosmarie Kapferer contra Schlank & Schick GmbH.*

[85] SSTJUE de 14 de mayo de 2009, *Ilsinger* (C-180/06, Rec. p. I-3961); de 6 de septiembre de 2012, dictada en el asunto C-190/11, *Daniela Mühlleitner y Ahmad Yusufi, Wadat Yusufi.*

[86] STJUE de 17 de octubre de 2013, as. C-218/12, *Lokman Emrek y Vlado Sabranovic.*

tenciales usuarios en todo el mundo. Son muchas las ventajas que para la economía, en general, y para el turista/consumidor, en particular, pueden reportar estas nuevas formas de comercialización de bienes y servicios en la medida en que no solo ofrecen a los consumidores más posibilidades de elección y fortalecen su bienestar, sino que también fomentan una mayor competitividad entre las empresas.

Siendo así en todos los sectores económicos, en el caso del turismo, por ser pionero en la aplicación de las tecnologías de la información y la comunicación y por los distintos niveles de intermediación que existen, la necesidad de buscar soluciones y adaptarse a las nuevas exigencias que genera la situación actual es mayor. Nos encontramos con un sector que se basa, en gran medida, en el acceso a Internet, en las transacciones electrónicas y en los servicios proporcionados a través de la Red, por lo que la expansión y la utilización de nuevos instrumentos son básicos para adaptarse a las necesidades del negocio, tanto desde el punto de vista del usuario como, fundamentalmente, del proveedor de los servicios[87].

El sector turístico, por sus propias particularidades, requiere grandes sistemas de intermediación que permitan dar a conocer la variada y gran oferta. A través de las plataformas digitales, además, se difunden las experiencias jugando un papel imprescindible en la publicidad y difusión de servicios así como en su calidad. Los operadores adoptan nuevas estrategias de mercado que las hagan competitivas, teniendo en cuenta la importancia que en el sector tienen la reputación y las valoraciones que la comunidad, en general, y los turistas, en particular, realizan de los servicios turísticos que ofrecen.

A las indudables ventajas que presenta la utilización de las plataformas digitales, también es cierto que, en ocasiones, la falta de información y la carencia de regulación en sectores concretos, o la dispersión normativa en otros, pueden tener implicaciones negativas. La sentencia dictada en el asunto *Uber* pone de relieve esta última perspectiva[88].

La protección de los consumidores y la protección de los principios que rigen el mercado constituyen objetivos básicos en la regulación. Debe garantizarse el uso y la recogida responsable de datos. En este punto, por ejemplo, en el sector turístico, debe tenerse en cuenta que para las empresas del sector es un esencial consolidar las relaciones con sus clientes ofreciéndoles servicios y experiencias auténticamente personalizados. El uso de tecnologías genera información y datos a partir de los cuales las empresas pueden personalizar los mensajes, el *marketing* y la experiencia de cliente, así como segmentar a los clientes en función de diferentes criterios. Las recientes disposiciones sobre protección de datos abordan esta problemática[89].

---

[87] *Vid.* Informe: *La transformación digital en el sector turístico,* Fundación Orange, 2016.

[88] STJUE de 20 de diciembre de 2017, as. C 434/15, *Asociación Profesional Élite Taxi* c. *Uber Systems Spain, S.L.,* cit.

[89] Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo de 27 de abril de 2016 relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos y por el que se deroga la Directiva 95/46/CE (Reglamento general de protección de datos) (DO L 119, de 4 de mayo de 2016); Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales (BOE n.º 294, de 6 de diciembre de 2018).

De otra parte, debe garantizarse una información veraz a los usuarios y mayor transparencia. Se requiere que las plataformas ofrezcan una correcta información sobre el producto o servicio al consumidor, evitando los errores, para fortalecer su confianza que contribuirá a su bienestar y al buen funcionamiento del mercado. Debe garantizarse que el turista accede a la información veraz. A través de estas plataformas se permite al turista elegir entre los diferentes productos y servicios, hacerlo de forma ágil, sencilla, económica y en cualquier momento. De otro modo, la falta de información y transparencia genera desconfianza, que se generaliza en detrimento del mercado y la economía.

Las plataformas digitales, de otro lado, compiten a la vez que sirven de incentivo a los modelos tradicionales de negocios. Es necesario adoptar regulaciones modernizadas, ágiles, que garanticen unas condiciones de competencias iguales en el mercado, evitando cargas desproporcionadas. Disposiciones que respondiendo a los fines tuitivos anteriormente señalados, garanticen la tutela del consumidor y de los principios rectores del mercado, ofreciendo información tanto al usuario como a partícipes que dependen de estas plataformas.

La internacionalidad de la situación planteada justifica las propuestas de iniciativas que, superando las dificultades derivadas de las divergencias entre las legislaciones nacionales, se adopten soluciones a nivel europeo[90]. En este marco, la transformación digital constituye uno de los cinco ámbitos prioritarios de la Nueva Agenda del Consumidor *Reforzar la resiliencia del consumidor para una recuperación sostenible*. En ella las propuestas se dirigen a la regulación de los servicios digitales para definir nuevas y mayores responsabilidades y reforzar la rendición de cuentas de los intermediarios y plataformas digitales así como a la regulación de los mercados digitales, más justos, que ofrezcan mejor y nuevos servicios y una mayor variedad de mercado[91].

4. ALGUNOS CONTRATOS EN PARTICULAR

4.1. Contrato de aprovechamiento por turno de bienes de uso turístico

El régimen jurídico de los contratos de aprovechamiento por turno de bienes inmuebles ha sido objeto de una constante evolución. En ella ha influido no solo la internacionalización de este tipo contractual sino la protección de los consumidores y de los principios rectores del mercado europeo así como la aparición de nuevos y diversos productos vacacionales y transacciones relacionadas con el régimen de aprovechamiento por turno de bienes de uso turístico. Desde la elaboración de la Directiva 94/47/CE de 26 de octubre de 1994[92] que fue traspuesta a nuestro ordenamiento por la Ley 42/1998, de 15 de diciembre, sobre derechos de aprovechamiento

[90] COM(2016) 288 final de 25 de mayo de 2016, Comunicación de la Comisión, *Las plataformas en línea y el mercado único digital; [COM(2017) 555 final] Hacia una mayor responsabilización de las plataformas en línea.*

[91] Nueva Agenda del Consumidor *Reforzar la resiliencia del consumidor para una recuperación sostenible* (COM/2020/696 final).

[92] DO L 280 de 29 de octubre de 1994.

por turno de bienes inmuebles de uso turístico y normas tributarias[93], en el seno de la UE se han elaborado iniciativas hasta la más reciente Directiva 2008/122/CE de 14 de enero del 2009 relativa a la protección de los consumidores con respecto a determinados aspectos de los aprovechamientos por turno de bienes de uso turístico, de adquisición de productos vacacionales de larga duración, de reventa e intercambio[94]. Derogó la disposición anterior y, entre otras modificaciones amplió su ámbito de aplicación material al incluir en el mismo, los contratos de comercialización, venta, reventa de derechos de aprovechamiento por turno de bienes de uso turístico y de productos vacacionales de larga duración, así como a los contratos de intercambio que se celebren entre un empresario y un consumidor.

La norma europea fue incorporada al ordenamiento español mediante la actualmente vigente Ley 4/2012 de 6 de julio, de contratos de aprovechamiento por turno de bienes de uso turístico, de adquisición de productos vacacionales de larga duración, de reventa y de intercambio y normas tributarias[95]. Siguiendo las pautas de la directiva, en su Título I, aplicable a los contratos celebrados entre empresarios y consumidores, regula varias figuras. En primer lugar, el contrato de aprovechamiento por turno de bienes de uso turístico, en el que el consumidor adquiere, a título oneroso, el derecho a utilizar uno o varios alojamientos para pernoctar durante más de un período de ocupación (art. 2). Además incluye en su ámbito de aplicación, el contrato de producto vacacional de larga duración, al que configura como aquel de duración superior a un año en virtud del cual un consumidor adquiere, a título oneroso, esencialmente el derecho a obtener descuentos u otras ventajas respecto de su alojamiento, de forma aislada o en combinación con viajes u otros servicios (art. 3). Junto a ellos, los artículos 4 y 5 delimitan los contratos de reventa e intercambio. En virtud del primero, el empresario, a título oneroso, asiste a un consumidor en la compra o venta de derechos de aprovechamiento por turno de bienes de uso turístico o de un producto vacacional de larga duración. Mientras que por el contrato de intercambio se entiende aquel por el que un consumidor se afilia, a título oneroso, a un sistema de intercambio que le permite disfrutar de un alojamiento o de otros servicios a cambio de conceder a otras personas un disfrute temporal de las ventajas que suponen los derechos derivados de su contrato de aprovechamiento por turno de bienes de uso turístico.

La publicidad y la información han sido reforzadas como mecanismos de tutela del turista/consumidor, añadiéndose en la norma otras disposiciones que también responden a esta finalidad tuitiva en los capítulos III y IV, como las relativas al pago de anticipos. Junto a ellas, la internacionalización de estas figuras justifica la introducción de normas, en el capítulo V relativas a la regulación del Derecho aplicable a las situaciones privadas internacionales.

De un lado, el artículo 16 consagra el carácter imperativo de la Ley en cuanto no permite la renuncia de los derechos en ella consagrados a los consumidores. Por su parte, el artículo 17, bajo la rúbrica *Normas de Derecho Internacional Privado* consagra una cláusula de excepción en virtud de la cual se prevé la aplicación imperativa de

[93] BOE n.º 300 de 16 de diciembre de 1998.
[94] DOUE L 33, de 3 de febrero de 2009.
[95] BOE n.º 162, de 7 de julio de 2012.

la legislación española cuando la ley designada aplicable conforme al sistema general previsto en el Reglamento 593/08 sea la de un tercer Estado y siempre que alguno de los inmuebles en cuestión está situado en territorio de un Estado miembro del Espacio Económico Europeo o, en el caso de un contrato no directamente relacionado con un bien inmueble, si el empresario ejerce sus actividades en un Estado miembro o por cualquier medio dirige estas actividades a un Estado miembro y el contrato está comprendido en el marco de dichas actividades. Previsiones en línea con lo dispuesto en los párrafos segundo y cuarto, letra c), del artículo 6 del Reglamento 593/08 en cuya virtud la elección de ley por los contratantes no puede privar al consumidor de la protección proporcionada por las normas del ordenamiento objetivamente aplicable al contrato que no pudieran excluirse mediante acuerdo. Esto es, por las normas imperativas del Derecho del Estado de la residencia habitual del consumidor.

Con carácter previo a la designación del Derecho aplicable, la determinación del tribunal internacionalmente competente ha sido objeto de una importante jurisprudencia del TJUE. En líneas generales, el Tribunal ha resuelto la no aplicabilidad del foro exclusivo, actualmente recogido en el párrafo segundo del artículo 24.1 del Reglamento 1215/12 relativo a los contratos de arrendamientos de bienes inmuebles salvo que la acción que se ejercite reúna las condiciones previstas en el precepto y, además, esté relacionada directamente, no de forma indirecta[96], con el contrato de arrendamiento de inmueble. En esta línea, rechaza, la subsunción de aquellos supuestos en los que la acción tiene por objeto otros servicios[97] o cuando, aun existiendo un arrendamiento, el contrato se configura como un contrato complejo[98] y no un contrato de arrendamiento en el sentido del precepto[99].

En su defecto, los foros de competencia judicial internacional recogidos en los artículos 17 a 19 del Reglamento 1215/12 y la sumisión tácita en los términos del artículo 26 del mismo texto legal podrán fundamentar la competencia de los tribunales españoles para conocer de los litigios relativos al incumplimiento de los contratos internacionales de aprovechamiento por turno de bienes inmuebles. Un sistema que, además de establecer particularidades en el ejercicio de la autonomía de la voluntad, para la tutela del consumidor instaura un sistema de foros que difiere en función de la posición procesal que ocupa la parte débil de la relación jurídica. De este modo, salvo pacto expreso de las partes, en las condiciones del artículo 19 o sumisión tácita en los términos del artículo 26, siendo el turista-consumidor demandante, podrá accionar bien en el Estado de su domicilio bien ante los tribunales del Estado donde esté domiciliado el empresario. Cuando ocupe la posición de demandado, el empresario solo podrá presentar demanda en el Estado del domicilio del consumidor.

---

[96] *Vid.*, entre otras, las sentencias del Tribunal de Justicia de 14 de diciembre de 1977, as. 73/77 *Theodorus Engelbertus Sanders, Arnhem,v Ronald van der Putte, Noordwijkerhout* y la de 15 de enero de 1985, en el asunto 241/85, *Reich Rösler v. Horst Rottwinkel*.

[97] STJUE de 13 de octubre de 2005, en el asunto C-73/04, *Brigitte y Marcus Klein y Rhodos Management Ltd*, Rec. I-8681.

[98] STJUE de 26 de febrero de 1992, en el asunto C-280/90, *Elisabeth Hacker y Euro-Relais GmbH*, Rec I-1129.

[99] *Vid.* STJUE (Sala Sexta) de 27 de enero de 2000, en el asunto C-8/98, *Dansommer A/S* y *Andreas Götz, Rec. I-405;* de 10 de enero de 1990, *Reichert* y *Kockler*, C-115/88, Rec. p. I-27, apartado 9, y de 9 de junio de 1994, *Lieber*, C-292/93, Rec. p. I-2535, apartado 12.

4.2. El contrato de viaje combinado

La ordenación jurídica del contrato de viajes combinado en el ordenamiento jurídico español está ubicada sistemáticamente en el libro IV LGDCU, que comprende los artículos 150 a 165. Mediante Real Decreto-ley 23/2018, de 20 de diciembre[100], estas disposiciones han sido objeto de reforma para adaptar la regulación española a las exigencias de la Directiva 2015/2302 relativa a los viajes combinados y a los servicios de viaje vinculados[101].

La reforma tuvo por objeto armonizar los derechos y obligaciones derivados de los contratos de viajes combinados y servicios de viajes vinculados para lograr en este ámbito un mercado en el que la libre circulación de mercancías y servicios y la libertad de establecimientos estén garantizadas instaurando un equilibrio adecuado entre la protección de los consumidores y la competitividad de las empresas. Con ella se abandonó el concepto de consumidor, utilizándose, para referirse a los sujetos amparados por la norma, el término de viajero. A este lo define como «toda persona que tiene la intención de celebrar un contrato o tiene derecho a viajar en virtud de un contrato celebrado con arreglo a este libro». Materialmente, la vigente regulación amplía su ámbito de aplicación y otorga mayor flexibilidad a la figura regulada. Se incluye, junto al tradicional contrato de viaje combinado, los servicios de viaje vinculados a aquel. Esto es, de un lado, aborda el acuerdo que vincula al viajero con un empresario combinando, al menos, dos tipos de servicios de viaje entre los que se encuentran, el transporte de pasajeros; el alojamiento que no tenga fin residencial y no esté incluido en el anterior; el alquiler de turismos u otro servicio turístico no integrante de los anteriores. Y, de otro lado, también los acuerdos relativos a esos servicios independientemente de la celebración de distintos contratos con varios prestadores, en los términos previstos en el apartado segundo del artículo 151.1 b) LGDCU[102].

La protección del viajero y la complejidad del mercado llevan al legislador a concretar, frente a la flexibilidad permitida en los precedentes legislativos, que los

[100] Real Decreto-ley 23/2018, de 21 de diciembre, de transposición de directivas en materia de marcas, transporte ferroviario y viajes combinados y servicios de viaje vinculados (*BOE* n.º 312, de 27 de diciembre).

[101] Directiva (UE) 2015/2302 del Parlamento Europeo y del Consejo de 25 de noviembre de 2015 relativa a los viajes combinados y a los servicios de viaje vinculados, por la que se modifican el Reglamento (CE) n.º 2006/2004 y la Directiva 2011/83/UE del Parlamento Europeo y del Consejo y por la que se deroga la Directiva 90/314/CEE del Consejo (DOUE L326, de 11 de diciembre de 2015).

[102] Será también viaje combinado la combinación de, al menos, dos tipos de servicios de viaje a efectos del mismo viaje, con independencia de la celebración de contratos distintos con diferentes prestadores de servicios de viaje, cuando sean contratados en un único punto de venta y seleccionados antes de que el viajero acepte pagar; sean ofrecidos o vendidos a un precio a tanto alzado o global; sean anunciados o vendidos como «viaje combinado» o denominación similar; sean combinados después de la celebración del contrato por el que el empresario permite al viajero elegir entre distintos tipos de servicios de viaje, o sean contratados con distintos empresarios a través de procesos de reserva en línea conectados en los que el nombre del viajero, sus datos de pago y su dirección de correo electrónico son transmitidos por el empresario con el que se celebra el primer contrato a otro u otros empresarios con quienes se celebra otro contrato, en el plazo de veinticuatro horas después de la confirmación de la reserva del primer servicio de viaje.

organizadores respondan por la ejecución de los servicios de viajes incluidos en el contrato salvo que se prevea una responsabilidad tanto de los organizadores como de los minoristas. A esta finalidad responde el régimen de responsabilidad por la ejecución del viaje combinado y el derecho de resarcimiento consagrado en el artículo 161 LGDCU. En este marco tuitivo se instauran medidas para la protección del turista frente a la insolvencia del empresario, a las que la legislación española dedica el capítulo V que comprende los artículos 164 a 166 y 167 LGDCU, y se configura el derecho de información como elemento clave del sistema de protección instaurando. La actual regulación presta especial atención a las exigencias derivadas de la introducción de medios digitales abordándolas tanto en la delimitación de los supuestos que engloba (art. 151.1.b] LGDCU) como en las obligaciones de información precontractual y en el contenido del contrato.

En la actualidad, estos contratos presentan naturaleza transfronteriza. Bien por la utilización de esos medios digitales bien por la vinculación de otros elementos, objetivos, o subjetivos con diferentes Estados, la internacionalización de los contratos de viajes combinados es una constante de nuestros días que requiere soluciones específicas. La abundante jurisprudencia el Tribunal de Justicia pone de relieve esta realidad práctica. En nuestro ordenamiento, la ordenación de estas situaciones se lleva a cabo, en el sector de la competencia judicial internacional a través del Reglamento 1215/12, mientras que la designación del Derecho aplicable se efectuará, a falta de norma especial, conforme a lo dispuesto en el Reglamento 593/08.

En el Reglamento 1215/12, los artículos 17 a 19 y 26, establecen un sistema de foros de competencia judicial internacional en materia de contratos internacionales consumo, aplicable a los de contratos de viaje combinado *ex* artículo 17. Un sistema que, además de establecer particularidades en el ejercicio de la autonomía de la voluntad, para la tutela del consumidor instaura un sistema de foros que difiere en función de la posición procesal que ocupa la parte débil de la relación jurídica. Como veíamos, en defecto de acuerdo expreso entre las partes, conforme al artículo 19, y no concurriendo sumisión tácita en los términos del artículo 26, la competencia de los tribunales españoles para conocer de los litigios relativos al incumplimiento de un contrato de viaje combinado se determinará, siendo el viajero-consumidor demandante, cuando en España tenga su domicilio o bien sea este país el Estado donde esté domiciliado el empresario; y, siendo el viajero el demandado, conocerán los tribunales españoles cuando esté domiciliado en España.

Por lo que hace al Derecho aplicable, conforme a lo dispuesto en el artículo 6 del Reglamento 593/08, las partes podrán elegir el ordenamiento aplicable al contrato siempre que ello no implique para el consumidor, con residencia habitual en España, una merma de la protección que le otorga la norma española.

5. CONCLUSIONES

En la actualidad, la ordenación jurídica de la contratación turística presenta una gran complejidad derivada tanto de su internacionalización como de la pluralidad de intereses presentes en este tipo de relaciones jurídicas. Limitando nuestro análisis a los contratos celebrados entre operadores turísticos y turistas, junto a los caracteres

señalados, dos notas caracterizan este tipo de relaciones jurídicas: su configuración como contratos internacionales de consumo y la incidencia en las mismas de las tecnologías de la información y la comunicación.

A lo largo de este trabajo hemos expuesto como frente a los beneficios que reporta aquella internacionalización, la presencia de diferentes Estados con distintos ordenamientos jurídicos requiere soluciones específicas. Corresponde al Derecho internacional privado dar respuesta a las nuevas situaciones creadas en el marco de la contratación turística internacional, particularmente a partir de la utilización de las tecnologías de la información y la comunicación en el sector turístico. Amén de las iniciativas más recientes a las que hemos hecho referencia, tanto el Reglamento 1215/12 como el Reglamento 593/08 han contemplado tradicionalmente soluciones para determinar el tribunal internacionalmente competente y la ley aplicable que responden a las necesidades del comercio europeo y a la protección del consumidor.

De otra parte, centrando nuestro análisis en los contratos celebrados entre operadores turísticos y turistas, la presencia de este último, como parte necesitada de especial protección, y su calificación como consumidor justifican la instauración de un sistema tuitivo y la dotación de un estatuto jurídico propio. En este contexto nuestro estudio se ha centrado en dos modalidades contractuales: el contrato de aprovechamiento por turno de uso turístico y el contrato de viaje combinado. Ambas han sido reguladas por normas europeas armonizadoras incorporadas a nuestro ordenamiento. De un lado, la Directiva 2008/122/CE de 14 de enero del 2009 relativa a la protección de los consumidores con respecto a determinados aspectos de los aprovechamientos por turno de bienes de uso turístico, de adquisición de productos vacacionales de larga duración, de reventa e intercambio, incorporada mediante la Ley 14/2012; y, de otro lado, la Directiva 2015/2302 relativa a los viajes combinados y a los servicios de viaje vinculados, incorporada al ordenamiento español mediante Real Decreto-ley 23/2018. Nuestro análisis ha servido para poner de relieve como las nuevas disposiciones refuerzan los mecanismos de tutela del turista-consumidor si bien la realidad del mercado turístico evidencia la necesidad de continuar adaptando la regulación vigente a las nuevas exigencias que surgen, particularmente las derivadas de su digitalización, para garantizar un adecuado nivel de protección al turista y el correcto funcionamiento del mercado. En esta línea deben orientarse las iniciativas del sector.

BIBLIOGRAFÍA

Botana, G. A. (2015): «Los contratos sobre aprovechamiento por turno de bienes de uso turístico los más judicializados en protección de consumidores», *Actualidad civil*, n.º 11 (ref. La Ley 7416/2015).

Calvo Caravaca, A. L. (2009): «El Reglamento Roma I sobre la Ley aplicable a las obligaciones contractuales: cuestiones escogidas», *Cuadernos de Derecho Transnacional*, vol. 1, n.º 2, pp. 52-133, <www.uc3m.es/cdt>.

Carrizo Aguado, D. (2015): «El turista internacional en calidad de consumidor de servicios turísticos: especial atención al *time-sharing inmobiliario*», <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=580177> Impulso al desarrollo económico a través del turismo: *VIII Jornadas de Investigación en Turismo*, pp. 295-324.

Castellanos Ruiz, E. (2012): «El concepto de actividad profesional "dirigida" al Estado miembro del consumidor: *stream-of-commerce*», *Cuadernos de Derecho Transnacional*, vol. 4, n.º 2, pp. 70-92.

Cruz Rivero, D. (2009): «Contratación electrónica con consumidores», *Revista de contratación electrónica,* n.º 109, pp. 6-8.

Feliu Álvarez de Sotomayor, S. (2012): «El tratamiento legal del contrato de viaje combinado en el derecho internacional privado», *Cuadernos de Derecho Transnacional* (octubre), vol. 4, n.º 2, pp. 123-139, ISSN 1989-4570 – <www.uc3m.es/cdt>.

— (2014): «Determinación de la ley aplicable a los contratos internacionales de paquetes dinámicos», en Paniza Fullana, A. (dir.), *Paquetes dinámicos: Problemas y soluciones jurídicas desde una perspectiva internacional,* pp. 125-138.

— (2018): *Viajes combinados, y servicios de viaje vinculados [Directiva (UE) 2015/2302]. Cuestiones de Derecho aplicable.*

— (2019): «La imperatividad de la nueva normativa de viajes combinados y servicios de viajes vinculados», *REEI*, n.º 37, pp. 1-26.

Gallego Sánchez, E. y Fernández Pérez, N. (2019): *Derecho Mercantil. Parte segunda*, 3.ª ed., Tirant lo Blanch.

Madrid Parra, A. (2011): «Contratos electrónicos y contratos informáticos», *Revista de contratación electrónica*, n.º 111, enero.

— (1996): «Contratación electrónica», en *Estudios jurídicos en Homenaje al profesor Aurelio Menéndez*, t. III, Madrid.

Paniza Fullana, A. (dir.) (2014): *Paquetes dinámicos: Problemas y soluciones jurídicas desde una perspectiva internacional*.

— (coord.) (2013): *Nuevas fórmulas de comercialización «on line» de servicios turísticos: subsunción en los tipos legales y distribución de responsabilidad*.

Paredes Pérez, J. I. (2014): «La internacionalidad del contrato de consumo en el Reglamento de Bruselas I. Comentario a la STJUE de 14 de noviembre de 2013, Asunto C-478/2012, Maletic lastminute.com GmbH», *La Ley Unión Europea*, nº 17 (ref. La Ley 4643/2014).

Sabido Rodríguez, M. (2020): *Régimen jurídico de los contratos turísticos internacionales. La protección del turista-consumidor.*

— (dir.) (2020): *Legislación del turismo en Extremadura, 2020*.

Torralba Mendiola, E. (2012): «El aprovechamiento por turno de bienes inmuebles y otros productos afines ante la prueba del Derecho internacional privado», *Revista CESCO de Derecho de Consumo,* n.º 3, pp. 59-68, <http://www.revista.uclm.es/index.php/cesco>.

Vallespín Pérez, D. (2018): «La protección de consumidores y usuarios en el sector turístico», (ref. La Ley 1779/2018).