
Investigaciones Turísticas

ISSN: 2174-5609



Aproximación al marco jurídico de la contratación electrónica de servicios turísticos y de las agencias de viaje *on-line*

Altea Asensi Meras

Universidad de Alicante

Altea.asensi@ua.es

RESUMEN

A pesar de la creciente demanda de la contratación de servicios turísticos por vía electrónica, para lograr una adecuada protección del consumidor es necesario superar las divergencias que existen entre las normas de comercio electrónico y la normativa aplicable en el ámbito de la contratación a distancia de servicios turísticos. El objetivo de este trabajo es doble porque consiste, precisamente, en analizar el marco jurídico aplicable en el ámbito de la contratación electrónica de los servicios turísticos, que presenta un carácter excesivamente fragmentado, y determinar el estatuto jurídico de las agencias de viaje *on-line*, haciendo especial referencia a los deberes que vinculan a las empresas turísticas en el desarrollo de esta actividad, en función de la modalidad contractual turística que se celebre, tanto en relación a su identificación como en relación a las obligaciones de información previas y posteriores a la celebración del contrato turístico por medios electrónicos, así como los derechos que le corresponden al consumidor-turista que participa en esta modalidad contractual.

Palabras clave: contrato electrónico, comercio electrónico, servicios turísticos, contratos a distancia, deberes de información, consumidor-turista.

Investigaciones Turísticas

ISSN: 2174-5609



Approaching the legal framework for electronic procurement of travel services and travel agencies on-line

Altea Asensi Meras

University of Alicante

Altea.asensi@ua.es

ABSTRACT

Despite the increasing demand for tourist services procurement electronically, to ensure adequate consumer protection is necessary differences between e-commerce rules and regulations applicable in the field of distance contracting of tourism services. The objective of this work is twofold because it is precisely to analyze the legal framework in the field of electronic procurement of tourism services, which could give rise to excessively fragmented, and determine the legal status of the travel agencies on-line, with particular reference to the duties linked to tourism businesses in this activity depending on the type of contract is concluded tourism, both in relation to its identification as related to the reporting requirements before and after the contract electronically tourism, and the rights that apply to the tourist-consumer involved in this type of contract.

Keywords: electronic contract, e-commerce, tourism services, distance contracts, duties of information, tourist-consumer.

I. CONSIDERACIONES PREVIAS

Internet se utiliza en relación con una gran variedad de servicios con características muy diversas, que hacen posible la difusión de información, facilitan múltiples vías de comunicación o permiten la transferencia de grandes cantidades de datos¹. En este sentido, el empleo de Internet ofrece a las empresas y destinos turísticos la posibilidad de poner a disposición de un gran número de consumidores los servicios de información y reserva a un precio relativamente bajo y les proporciona una herramienta para comunicarse y establecer relaciones con agencias de turismo e intermediarios además de con los consumidores.

Del volumen de negocio que el comercio electrónico alcanzó en España durante el tercer trimestre de 2011, más del treinta por ciento proviene de la adquisición de productos y/o servicios turísticos por Internet, que se corresponden con las ramas de actividad que desarrollan las agencias de viajes y operadores turísticos, el transporte aéreo y el transporte terrestre de viajeros². En este sentido, durante el conjunto de este año, las agencias de viajes y el transporte aéreo ocuparon el primer y segundo puesto respectivamente del ranking de ramas por facturación, ya que entre ambas llegaron a sumar un 26,5% de la facturación total del comercio electrónico.

Estos datos muestran como la contratación electrónica de servicios turísticos es uno de los sectores que menor desaceleración económica han sufrido en el ámbito del comercio electrónico. No obstante, para evitar la desconfianza que genera la falta de seguridad jurídica en el consumidor que realiza la búsqueda y la selección de productos *on line*³, se hace necesario contar con normas que garanticen la protección de los adquirentes de dichos servicios, si bien ésta presenta un carácter fragmentario y sectorial⁴.

II. MARCO JURÍDICO DE LA CONTRATACIÓN ON LINE DE SERVICIOS TURÍSTICOS

¹ MIGUEL ASENSIO, P.A; *Derecho Privado de Internet*, Aranzadi, Cizur Menor, 2011, pg. 34.

² En el tercer trimestre de 2011, el comercio electrónico en España alcanzó un volumen de negocio de 2.421,8 millones de euros, lo que supone un 27,4% más que en el mismo trimestre de 2010; con un total de 32,6 millones de operaciones. El montante económico generado en el tercer trimestre se distribuyó principalmente entre las siguientes diez ramas de actividad: las agencias de viajes y operadores turísticos (16,8%), el transporte aéreo (13,4%), el marketing directo (6,5%), el transporte terrestre de viajeros (5,8%), los juegos de azar y apuestas (4,1%), los espectáculos artísticos, deportivos y recreativos (3,4%), las prendas de vestir (3,2%), la publicidad (2,9%), los electrodomésticos, radio, televisión y sonido (2,2%), y, por último, las actividades cinematográficas y de vídeo (1,9%). Informe sobre el comercio electrónico en España a través de entidades de medios de pago Tercer trimestre 2011 disponible en <http://www.cmt.es/informes-de-comercio-electronico>

³ CAVANILLAS MUGICA, S; *Turismo y Comercio electrónico. La promoción y contratación "on line" de servicios turísticos*, Comares, Granada, 2001, pg. 4 y ss.

⁴ .MIGUEL ASENSIO, P. A., *Derecho Privado...*; op. cit, pg. 817.

La celebración de los contratos electrónicos constituye una manifestación del principio de autonomía privada⁵, que utiliza la vía electrónica como instrumento para su celebración⁶, es decir, para llevar a cabo la expresión del consentimiento contractual. La Directiva 2000/31/CE, de 8 de junio de 2000 sobre comercio electrónico⁷, que regula específicamente los contratos que se celebran por vía electrónica (arts. 9 a 11 Directiva 2000/31/CE), se ha incorporado en el sistema jurídico español por medio de la Ley 34/2002, de 11 de junio, de Servicios de la Sociedad de la Información y del Comercio electrónico (LSSI)⁸. Esta norma, que dedica su Título IV (arts. 23 a 29 LSSI) a establecer el régimen en el ámbito de la contratación electrónica⁹, resulta aplicable, por tanto, en el ámbito de la comercialización por medios electrónicos de servicios turísticos, en tanto que esta materia no resulta expresamente excluida¹⁰ de su ámbito de aplicación o sometidas a su normativa específica¹¹.

Sin embargo, la norma sobre comercio electrónico no es la única aplicable en el ámbito de la contratación electrónica de servicios turísticos, ya que, tal y como se dispone en la misma, en aplicación del principio de alteración del derecho preexistente¹², “los contratos electrónicos se regirán por lo dispuesto en este Título, por los Códigos Civil y de Comercio y por las restantes normas civiles o mercantiles sobre contratos, en especial, las normas de protección de los consumidores y usuarios y de ordenación de la actividad comercial” (art. 23 LSSI). De esta forma, no sólo será de aplicación la normativa de comercio electrónico sino también las generales sobre contratos, y en especial, las normas de protección de los consumidores, las normas de protección de datos¹³.

Al ser una modalidad contractual que se celebra a distancia, a los contratos turísticos que se celebran por vía electrónica entre la empresa turística y un consumidor, le resultarán asimismo de aplicación el régimen sobre contratación a distancia, que se contienen en la actualidad, en el 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

⁵GARCÍA-PITA Y LASTRES, J.L: *Derecho mercantil de Obligaciones*, Bosch, Barcelona, 2010. Pg. 1066.

⁶GALLEGO SÁNCHEZ, E; *Derecho de la empresa y del Mercado*, Tirant lo Blanch, Valencia 2010, pg. 313.

⁷Directiva 2000/31/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, 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 (Directiva sobre el comercio electrónico) (Diario Oficial n° L 178 de 17/07/2000 p. 0001 – 0016)

⁸ Ley 34/2002, de 11 de julio Servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico (BOE 12 julio 2002)

⁹ Art. 1 LSSI

¹⁰ MARQUEZ LOBILLO, P., “El consumidor en la contratación electrónica de servicios turísticos”, *RDM*, nº 282., octubre-diciembre 2011, pgs 209-242.

¹¹ Arts. 3 y 5 LSSI.

¹² CRUZ RIVERO, D; “Contratación electrónica con consumidores”, *RCE*, nº109, 2009, pgs. 3-42

¹³ Art. 1.2 LSSI.

Consumidores y Usuarios (TRLGCU)¹⁴, por medio del cual se llevó a cabo en el ordenamiento jurídico español la transposición de la Directiva 97/7/CE, del Parlamento Europeo y del Consejo de 20 de mayo de 1997¹⁵, relativa a la protección de los consumidores en materia de contratos a distancia¹⁶.

No obstante, esta norma establece las disposiciones previstas en el ámbito de la contratación a distancia con consumidores relativas a la identificación de la propuestas de contratación como ofertas comerciales, la información previa que debe recibir el consumidor antes de la celebración del contrato, el plazo de ejecución, el derecho de desistimiento y el deber de información posterior a la ejecución del contrato no les resultarán de aplicación a los contratos turísticos relativos al suministro de servicios de alojamiento, de transporte, de comidas o de esparcimiento, cuando el empresario se comprometa al celebrarse el contrato a suministrar tales prestaciones en una fecha determinada o en un período concreto¹⁷.

Por otro lado, cabe señalar, que la reciente Directiva 2011/83/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de octubre de 2011, sobre los derechos de los consumidores¹⁸, por medio de la cual se ha derogado la Directiva 97/7/CE, ha dejado fuera de su ámbito de aplicación los contratos incluidos en el ámbito de la Directiva 90/314/CEE relativa a los contratos de viajes combinados¹⁹ y los contratos incluidos en la Directiva 2008/122/CEE²⁰ relativa a la protección de los consumidores con respecto a determinados aspectos de los contratos de aprovechamiento por turno de bienes de uso turístico, de

¹⁴ 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 30 noviembre 2007, núm. 287).

¹⁵ Directiva 97/7/CE del Parlamento Europeo y del Consejo de 20 de mayo de 1997, relativa a la protección de los consumidores en materia de contratos a distancia (Diario Oficial n° L 144 de 04/06/1997 p. 0019 – 0027)

¹⁶ GALLEGO SÁNCHEZ, E; „Reflexiones críticas sobre la venta distancia de la Ley de Ordenación del Comercio Minorista tras el 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 otras leyes complementarias”, *Practica de Tribunales*, num. 61, junio 2009 (L LEY 1185/2009)

¹⁷ Art. 93.2 b) TRLGDUCU.

¹⁸ La Directiva 2011/83/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de octubre de 2011, sobre los derechos de los consumidores, por la que se modifican la Directiva 93/13/CEE del Consejo y la Directiva 1999/44/CE del Parlamento Europeo y del Consejo y se derogan la Directiva 85/577/CEE del Consejo y la Directiva 97/7/CE del Parlamento Europeo y del Consejo Texto, relativa a la protección de los consumidores en materia de contratos a distancia (*Diario Oficial n° L 304 de 22/11/2011*)

¹⁹ Directiva 90/314/CEE del Consejo, de 13 de junio de 1990, relativa a los viajes combinados, las vacaciones combinadas y los circuitos combinados (Diario Oficial n° L 158 de 23/06/1990 p. 0059 – 0064)

²⁰ Directiva 2008/122/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 14 de enero de 2009, relativa a la protección de los consumidores con respecto a determinados aspectos de los contratos de aprovechamiento por turno de bienes de uso turístico, de adquisición de productos vacacionales de larga duración, de reventa y de intercambio Texto pertinente a efectos del EEE (*Diario Oficial n° L 033 de 03/02/2009 p. 0010 – 0030*)

adquisición de productos vacacionales de larga duración, de reventa y de intercambio²¹ y a los contratos de servicios de transporte de pasajeros, salvo lo que se refiere a los requisitos formales que deben cumplir los contratos a distancia, las tasas por la utilización de medios de pago y los pagos adicionales²².

Esta exclusión ha aumentado complejidad para determinar el marco jurídico aplicable de la contratación de estos servicios turísticos a distancia, ya que su normativa específica, contenida en el sistema jurídico español en el 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, para los viajes combinados (arts. 150 a 165 TRLGDCU), y en la Ley 4/2012, de 6 de julio, reguladora de los 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 tributarias²³, no prevé las especialidades aplicables en el caso de que dichos contratos turísticos se celebren a distancia²⁴.

Por otra parte, este régimen jurídico debe completarse además con las disposiciones legales que, como consecuencia del reparto de competencias entre el Estado y las Comunidades Autónomas en materia turística puedan dictar estas últimas estableciendo mecanismos protectores de los consumidores. A pesar de que la Constitución Española de 1978 establece que son las CCAA las que podrán asumir competencias en materias relativas a la “promoción y ordenación del turismo en su ámbito territorial” (art. 148.1.18 CE), en la reglamentación turística autonómica no se encuentran referencias expresas a la contratación electrónica de servicios turísticos²⁵. El fundamento de esta falta de regulación se encuentra en que esta materia se encuadra en el ámbito de las normas civiles o mercantiles sobre contratos, de protección de los consumidores y usuarios y de ordenación de la actividad comercial²⁶, cuya regulación está reservada a la competencia exclusiva del Estado²⁷.

²¹ Art. 3.3 g) y h) Directiva 2011/83/UE

²² Art. 3.3 k) Directiva 2011/83/UE

²³ Ley 4/2012, de 6 de julio 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 (BOE 7 julio 2012, núm. 162)

²⁴ PANIZA FULLANA, A; “La protección del adquirente a distancia de servicios turísticos”, *Revista de Derecho Privado*, nº2, marzo-abril 2012, pgs. 7-24.; pg. 15

²⁵ La ley reguladora de la actividad turística en la Comunidad Valenciana se contiene principalmente en la Ley 3/1998, de 21 de mayo, Ley de Turismo de Comunidad Valenciana, que ha sido modificada por la Ley 12/2009, de 23 de diciembre de Medidas Fiscales, de Gestión Administrativa y Financiera, y de Organización de la Generalitat

²⁶ MARQUEZ LOBILLO, P., “El consumidor en la..”, op. cit, pg 213.

²⁷ Art. 149.1.6 CE

Por último, al ser una modalidad contractual que incluye condiciones generales de la contratación²⁸, la contratación electrónica de servicios turísticos se encuentra dentro de la categoría de los contratos de adhesión, que se caracterizan por ser contratos no negociados individualmente en los que el cliente se limita a aceptar el contenido impuesto por el prestador del servicio que organiza esta modalidad de mercados²⁹. De esta forma, a esta modalidad contractual también le resultará de aplicación el régimen aplicable a las condiciones generales de la contratación que se establece en la Ley 7/1998, de 13 de abril Ley de Condiciones Generales de la Contratación y su normativa de desarrollo³⁰. Asimismo cabrá de tener en cuenta el régimen jurídico de las condiciones generales y las cláusulas abusivas aplicable en el ámbito de los contratos con consumidores³¹.

III. ESTATUTO JURÍDICO DE LAS AGENCIAS DE VIAJES VIAJE *ON-LINE*

Las agencias de viajes que operan a través de Internet para ofrecer, y en su caso, comercializar productos y/o servicios turísticos, realizan una actividad de prestación de servicios de la sociedad de la información, de conformidad con lo establecido en la Ley 34/2002, de 11 de julio, de Servicios de la Sociedad de la Información y de comercio electrónico. En este sentido, estas empresas realizan esta actividad consiste en la prestación de un servicio que se suministra en el marco de una actividad organizada, normalmente a título oneroso, a distancia, por medios electrónicos y a petición individual de un destinatario³². El concepto de servicios de la sociedad de la información engloba, por tanto, un amplio conjunto de actividades económicas que se desarrollan en línea por los prestadores de servicios de la sociedad de la información, incluyendo tanto las que dan lugar a la contratación electrónica como los supuestos que representen una actividad económica aunque no sean remunerados por sus destinatarios, como los que consisten en ofrecer información en línea o transmitir información³³.

De esta forma, la actividad que desarrollan las agencias de viajes que operen por Internet tendrá la consideración de prestación de servicios de la sociedad de la información, tanto en los supuestos en los que en la agencia, en su calidad de intermediadora, comercialice los productos y/o servicios turísticos ofertados por otros operadores que intervienen en el sector turístico, como en aquellos casos en los que la agencia no realice una actividad de intermediación directa entre la empresa que oferta el servicio turístico y el cliente destinatario del mismo, sino que utiliza únicamente este medio electrónico para publicitar los productos y/o servicios turísticos que ofrece en el mercado. También se incluye en esta categoría los supuestos en que las agencias actúan

²⁸ GARCÍA PITA Y LASTRES, J.L., Derecho mercantil, op. cit, pg. 1194.

²⁹ GONZÁLEZ DE LA ALAIZA CARDONA, J. J., en BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, R. (Dir.), *Tratado*, op. cit, pg. 1705.

³⁰ PANIZA FULLANA, A; "La protección del adquirente a distancia ..." pgs. 15.

³¹ Arts. 82 a 91 TRLGDCU

³² Anexo a) LSSI

³³ MIGUEL ASENSIO, P. A., Derecho Privado...; op. cit, pg. 119

como portal o buscador electrónico de distintas ofertas turísticas pudiendo recibir una contraprestación económica por el desarrollo de esta actividad, tanto por parte de los destinatarios del mismo como del conjunto de los operadores turísticos que publicitan u ofertan sus servicios turísticos por medio de dicha página web³⁴.

Puesto que las agencias de viaje que ofertan o comercializan un producto o servicio turístico por Internet prestan un servicio de la sociedad de la información, estas empresas tendrán la consideración de prestadoras de servicios de la sociedad de la información, por lo que quedarán sometidas al estatuto jurídico previsto en la Ley 34/2002, de 11 de julio, de Servicios de la Sociedad de la Información y de comercio electrónico. No obstante, esta norma efectúa una distinción entre los prestadores de servicios de la sociedad de la información que se basa en el establecimiento de regímenes específicos de responsabilidad para los prestadores de servicios de intermediación³⁵, lo que lleva a diferenciar entre los prestadores de servicios intermediarios³⁶ de los prestadores de servicios de la sociedad de la información que difunden información a través de los intermediarios³⁷.

Para determinar el estatuto jurídico de las agencias de viajes que ofertan o comercializan sus servicios y/o productos por vía electrónica, cabe tener en cuenta, sin embargo, que la sumisión de las mismas al estatuto jurídico propio de los prestadores de servicios de la sociedad de la información, no significa que, queden exoneradas del cumplimiento del resto de las obligaciones que se deriven del ejercicio de esta actividad en el mercado tradicional. Ello implica el sometimiento de estas empresas que operan por Internet al conjunto de obligaciones derivadas del estatuto jurídico propio de cualquier empresario que desarrolle esta actividad en el mercado, ya que en ningún caso, el ejercicio de su actividad por Internet puede eludir el cumplimiento de las obligaciones exigibles a las agencias de viajes que desarrollan esta actividad empresarial en el comercio tradicional³⁸.

En este sentido, puesto que las agencias de viajes desarrollan una actividad mercantil, la normativa estatal³⁹ dispone que su forma jurídica será la propia de una sociedad anónima o de una sociedad de responsabilidad limitada⁴⁰, debiendo de someterse, por tanto, al régimen jurídico establecido en el Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital

³⁴ MARQUEZ LOBILLO, P., "El consumidor en la..", op. cit, pg 215.

³⁵ Art. 13.2 LSSI

³⁶ Arts. 14 a 17 LSSI

³⁷ CLEMENTE MEORO, M.E. "La responsabilidad civil de los prestadores de servicios de la sociedad de la información" en CLEMENTE MEORO, M.E." y CAVANILLAS MUGICA, S., *Responsabilidad civil y contratos en Internet*, Comares, Granada, 2003; pg. 1-116; pgs.3-17.; MIGUEL ASENSIO, P. A., *Derecho Privado...*; op. cit, pg. 135.

³⁸ MARQUEZ LOBILLO, P., "El consumidor en la..", op. cit, pg 215.

³⁹ PASTOR SEMEPERE, M^a C; "El viaje combinado en el RDLG 1/2007 (Texto Refundido Ley General de Consumidores) y Leyes complementarias"; *Cuadernos de Turismo*, nº 25 (2010, pgs. 99-124: pg. 110.

⁴⁰ Orden Ministerial de 14 de abril de 1988 (art. 2).

(LSC)⁴¹. Asimismo, las agencias de viajes que operan por Internet deberán de someterse, además, a las normas administrativas nacionales y autonómicas que les sean aplicables, en particular, en lo relativo al inicio y el ejercicio de la actividad. No obstante, en este ámbito, cabe señalar, que el régimen de autorización administrativa aplicable a las agencias de viajes⁴² ha sido modificado a partir de la entrada en vigor de la Ley 17/2009, de 23 de noviembre, de libre acceso a las actividades de servicios⁴³ por medio de la cual se incorpora a nuestro ordenamiento jurídico la Directiva 2006/123/CE, de 12 de diciembre, relativa a los servicios en el mercado interior⁴⁴.

La incorporación de esta normativa ha supuesto la supresión de la exigencia consistente en obtener una autorización administrativa previa en el desarrollo de la actividad turística, que competía otorgar a la correspondiente administración autonómica, por ser considerada una restricción a la libertad de establecimiento y la libre prestación de servicios⁴⁵. De esta forma, la mayoría de disposiciones autonómicas por las que se ha llevado a cabo la adaptación de la normativa turística a las disposiciones legales relativas a la libre prestación de servicios contemplan únicamente la necesidad, tanto las agencias de viajes que operan por medios tradicionales como las que operan por medios electrónicos, de realizar una simple comunicación a la autoridad administrativa correspondiente⁴⁶ en forma de “declaración responsable”⁴⁷, en la que se ponga de manifiesto que se cumplen los requisitos exigidos y se faciliten la información necesaria para el control de la actividad⁴⁸.

Las empresas turísticas que oferten o comercialicen servicios turísticos *on line* han de cumplir, por tanto, además de las exigencias que se deriven de la actividad que le es propia, las impuestas por las disposiciones de comercio electrónico y por las normas sobre contratación a distancia. En este sentido, las disposiciones sobre comercio electrónico

⁴¹ Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital (BOE 3 julio 2010, núm. 161)

⁴² AURIOLES MARTÍN, A; *Introducción al Derecho turístico*, Tecnos, Madrid, 2006, pg. 44.

⁴³ Ley 17/2009, de 23 de noviembre, de Libre acceso a las actividades de servicios y su ejercicio (BOE 24 noviembre 2009)

⁴⁴ Directiva 2006/123/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 12 de diciembre de 2006, relativa a los servicios del mercado interior. (*Diario Oficial* n° L 376 de 27/12/2006 p. 0036 – 0068)

⁴⁵ MELAGROSA ARCOS, F. J; “Directiva de Servicios y Turismo: aproximación a la incidencia de la Directiva de Servicios en marco jurídico del turismo español” *Noticias de la Unión Europea*, n° 317, junio 2011, pgs- 47 a72.

47-72

⁴⁶ MUÑOZ GIL, C; “Contratación y servicios turísticos: especial estudio de la legislación valenciana sobre turismo”, *Diario la Ley*, n° 7551, Sección doctrina, 20 Enero 2011, pgs- 1-17.

⁴⁷ En concreto, el legislador valenciano en la Ley 3/1998, de 21 de mayo, Ley de Turismo de Comunidad Valenciana, que ha sido modificada por la Ley 12/2009, de 23 de diciembre de Medidas Fiscales, de Gestión Administrativa y Financiera, y de Organización de la Generalitat, sustituye el sistema de exigencia de autorización previa por el de la comunicación previa o la declaración responsable a la Administración Turística para el ejercicio de la actividad turística. (arts. 14 y 15).

⁴⁸ Art. 5 y 7 de la Ley 17/2009 de Libre acceso a las actividades de servicios y su ejercicio.

imponen a los prestadores de servicios de la sociedad de la información que utilicen Internet como cauce publicitario para ofertar sus productos o servicios el deber de suministrar a los destinatarios una serie de deberes de información con la finalidad de que éstos tengan la suficiente información sobre la agencia y sobre las características del producto o servicio que se pretende adquirir que si contratasen con una agencia de viajes que operase por medios tradicionales⁴⁹.

En primer lugar, en relación con el deber de informar sobre los datos personales de la agencia, las disposiciones sobre comercio electrónico imponen a los prestadores de servicios de la sociedad de la información que utilicen Internet como cauce publicitario para ofertar sus productos o servicios el deber de permitir el acceso a los destinatarios por vía electrónica, tengan éstos o no la condición de consumidores, de forma permanente, fácil, directa y gratuita, a la información relativa a su nombre o denominación social y su residencia, domicilio o la dirección de uno de sus establecimientos permanentes en España; así como su dirección de correo electrónico o cualquier otro dato que permita una comunicación directa y efectiva. Asimismo será necesario que suministren la información relativa a los datos registrales; el régimen de autorización administrativa previa; los datos fiscales; la información sobre el producto, especialmente sobre el precio del mismo y los códigos de conducta a los que pueda estar adherido dicho prestador de servicios⁵⁰.

Las agencias de viajes o empresas turísticas que tengan que suministrar el conjunto de esta información podrán hacerlo incluyéndola directamente en su página web, o bien, mediante hipervínculos que dirijan a otras páginas en las que se encuentre inserta esta información, siempre y cuando ésta fácilmente identificable y visible⁵¹, evitando el empleo de técnicas disuasorias de la atención o la inserción de la misma apartados que no permita su visualización directamente cuando se accede a dicha página web⁵². Por otro lado, cabe señalar que, en el caso de que la adquisición del producto o servicio turístico pueda requerir el empleo de servicios de tarificación adicional, el prestador deberá de contar con el consentimiento previo, informado y expreso del usuario del servicio⁵³, el cual podrá ser manifestado por la pulsación del icono establecido para tal fin en la página web.

En segundo lugar, debido a las agencias de viajes o empresas turísticas que oferten la contratación de servicios turísticos por vía electrónica desconocen la identidad de los usuarios o destinatarios de los mismos, dichas empresas turísticas deberán de incluir en su página web la información exigida por las normas aplicables a la contratación con consumidores, ya que de lo contrario, la misma plataforma de comercio electrónico debería desdoblarse la información y permitir una doble entrada, por un lado a los

⁴⁹ MARQUEZ LOBILLO, P., "El consumidor..."; op. cit; pg. 220.

⁵⁰ Art. 10.1 LSSI.

⁵¹ MIGUEL ASENSIO, P. A., Derecho Privado...; op. cit, pg. 138.

⁵² Art. 10.2 LSSI.

⁵³ Art. 10.3 LSSI.

destinatarios y, por otro lado, a los consumidores⁵⁴. En este sentido, el 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 establece que toda práctica comercial de bienes y servicios deberán contener, de un modo adecuado al medio de comunicación utilizado, además de los datos relativos a la identificación del empresario responsable de la oferta comercial, las características esenciales del bien o servicio así como el precio final completo del mismo.

Esta referencia implica que la agencia deberá hacer mención expresa en la oferta que realice en su página web, si se trata un servicio turístico suelto o un viaje combinado. En el caso de las ofertas de servicios turísticos sueltos, deberán indicarse todas las características que afecten a la prestación y a las circunstancias del mismo, es decir, la modalidad del servicio turístico, características del medio de transporte o alojamiento, tipo de establecimiento hotelero con indicación del régimen de pensión o las limitaciones a las que el servicio pueda estar sometido⁵⁵. Asimismo se deberá indicar toda la información esencial relativa al precio del servicio turístico, debiendo hacer mención expresa de los impuestos que lo gravan, los gastos de gestión así como cualesquiera otros gastos adicionales que puedan derivarse de la prestación del servicio⁵⁶.

En el caso de que se trate de un viaje combinado, la agencia o detallista deberá disponer a favor del destinatario el folleto o programa informativo por vía electrónica⁵⁷ donde se contienen las características esenciales del servicio, que tiene el carácter de verdadera oferta contractual y pasará a formar parte del contenido del contrato de viaje combinado, de forma que éste resulta vinculante para la agencia de viajes que lo contenga en su oferta contractual, sea organizador o detallista⁵⁸. En este caso, tanto el folleto como posteriormente el contrato deberá reflejar el precio global del mismo⁵⁹, especificando las cantidades que el destinatario deberá satisfacer y que no formen parte del precio correspondiente a la prestación del servicio⁶⁰.

IV. DEBERES VINCULADOS A LA CONTRATACIÓN ELECTRÓNICA DE SERVICIOS TURÍSTICOS.

⁵⁴ MARQUEZ LOBILLO, P., "El consumidor..."; op. cit; pg. 222.

⁵⁵ Art. 18.1 y 20. 1 TRLGDCU

⁵⁶ 20. 1 c) TRLGDCU

⁵⁷ art. 152 TRLGDCU

⁵⁸ ORTUÑO BAEZA, M^a T; „La regulación de los viajes combinados por el TRLGDCU: novedades más significativas en la protección del consumidor turístico”, *Práctica de Tribunales*, num. 63, septiembre 2009, (LA LEY 1358/2009)

⁵⁹ PASTOR SEMEPERE, M^a C; "El viaje combinado en el RDLG 1/2007..."; op. cit, pg. 112.

⁶⁰ art. 15 2 TRLGDCU

La Ley 34/2002, de 11 de julio, de Servicios de la Sociedad de la Información y de comercio electrónico reconoce expresamente la validez y la eficacia de los contratos celebrados por vía electrónica⁶¹ cuando establece que los contratos celebrados por vía electrónica producirán todos los efectos previstos por el ordenamiento jurídico cuando concurren el consentimiento y los demás requisitos necesarios para su validez⁶², en aplicación del principio que rige en nuestro sistema jurídico de libertad de forma de los contratos⁶³. Además esta norma no hace depender de la voluntad de las partes del contrato de la aplicación del principio de equivalencia funcional⁶⁴, ya que precisa que para que sea válida la celebración de un contrato por vía electrónica no será necesario el previo acuerdo de las partes sobre la utilización de medios electrónicos⁶⁵.

En el supuesto en que la agencia de viajes además de realizar una actividad consistente en publicitar sus servicios turísticos por vía electrónica, ofrezca la posibilidad de adquirir servicios turísticos a través de su página web, es decir, en el ámbito de la contratación electrónica, deberá de cumplir las exigencias y obligaciones de información que se exigen por esta normativa sobre comercio electrónico a los prestadores de servicios de la sociedad de la información que realicen estas actividades, tanto con carácter previo a la celebración del contrato como con carácter posterior a la celebración del mismo, para llevar a cabo la confirmación de la recepción de la aceptación, con la finalidad de generar una mayor seguridad jurídica en este ámbito⁶⁶.

Con carácter previo a la celebración de contratos turísticos por medios electrónicos, la agencia de viajes deberá de informar de forma clara, comprensible e inequívoca, sobre los siguientes aspectos: los diferentes pasos técnicos que han de darse para celebrar el contrato, si la agencia va a registrar o no el contrato y si el mismo va a ser accesible; los medios técnicos que permitan identificar y corregir los errores en la introducción de los datos antes de efectuar un pedido y las lenguas oficiales utilizadas en la celebración del contrato⁶⁷. La obligatoriedad del suministro de esta información surge en el supuesto en el que la contratación de los servicios turísticos se celebre entre la agencia de viajes y un consumidor-turista, de forma que no será obligatorio el cumplimiento de esta obligación cuando ambos contratantes así lo acuerden y ninguno de ellos tenga la consideración de consumidor, o cuando el contrato se haya celebrado exclusivamente mediante intercambio de correo electrónico u otro tipo de comunicación electrónica equivalente⁶⁸.

⁶¹ Art. 23.1 LSSI

⁶² GARCÍA-PITA Y LASTRES J.L.; *Derecho Mercantil*, op. cit, pg. 1068; VIDAL PORTABLES, J.I, *Sociedad de la Información y Empresa*, Comares, Granada 2010, pg. 33.

⁶³ Art. 1278 CC y art. 51.1 CCom

⁶⁴ GARCÍA-PITA Y LASTRES, J.L: *Derecho Mercantil...* op. cit. . 1068. GONZÁLEZ DE LA ALAIZA CARDONA, J. J., en BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, R. (Dir.), *Tratado de Contratos*, Tirant lo Blanch, Valencia 2010, pg. 1695.

⁶⁵ art. 23.2 y 3 LSSI.

⁶⁶ MIGUEL ASENSIO, P. A., *Derecho Privado...*; op. cit, pg. 840.

⁶⁷ Art. 27.1 LSSI.

⁶⁸ Art. 27.2 LSSI.

El cumplimiento de este deber se traduce en la necesidad de que la página web de la agencia de viajes, además de contener la información relativa a la descripción del producto o servicio turístico, suministre la información relativa a los pasos técnicos para celebrar dicho contrato. De esta forma, es habitual que el proceso de contratación se llevará a cabo en dos pasos, uno para llevar a cabo la selección de los productos o para la introducción de datos, y otro de recapitulación⁶⁹, por medio del cual, el destinatario, con carácter previo a que se produzca la perfección del contrato, pueda corregir los datos, desistir de la operación o confirmar su pedido⁷⁰. Y en el caso de que la contratación se efectúe a través de dispositivos que cuenten con pantallas de formato reducido, como los dispositivos móviles, se entenderá cumplida la obligación de información cuando se facilite de manera permanente, fácil, directa y exacta la dirección de Internet⁷¹ o se remita a la página web en que la que disponga dicha información al destinatario⁷².

La información previa al contrato contenida en la página web debe completarse con las indicaciones precisas sobre la política de tratamiento telemático de datos personales⁷³ que se soliciten a los destinatarios, debiendo indicarse, la finalidad para la que se recogen los datos, las consecuencias de su obtención y de la negativa a su suministro, la posibilidad de ejercitar los derechos de modificación y cancelación de los mismos y el cauce electrónico apropiado al efecto⁷⁴. El tratamiento de los datos personales requiere también la prestación del consentimiento expreso del titular de los mismos⁷⁵, por lo que la página web de la agencia deberá de disponer de un icono específico al efecto, de forma que, por medio de su pulsación por el destinatario, sea factible el tratamiento de los datos.

Por otro lado, es bastante habitual que la contratación de servicios turísticos por medios electrónicos incorpore condiciones generales por imposición de los organizadores o detallistas que limiten la voluntad de los contratantes a la aceptación de dichas cláusulas⁷⁶. En este sentido, la Ley 34/2002 de Servicios de la Sociedad de la Información y del Comercio electrónico establece la exigencia de que el prestador de servicios ponga a disposición de los destinatarios, con carácter previo al inicio del procedimiento de

⁶⁹ YÁÑEZ VIVERO, F; "La contratación electrónica de servicios turísticos tras la Ley 34/2002, de Servicios de la Sociedad de la Información y Comercio Electrónico" IE Working Paper, AJ8-105 15/09/2003

⁷⁰ GONZÁLEZ DE LA ALAIZA CARDONA, J.J, en BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, R. (Dir.), *Tratado...*, op. cit, pg. 1703. MIGUEL ASENSIO, P. A., *Derecho Privado...*; op. cit, pg. 841.

⁷¹ Art. 27.1 LSSI.

⁷² PANIZA FULLANA, A; "La protección del adquirente..."; op. cit, pg. 21.

⁷³ Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, que regula la Protección de Datos de Carácter Personal (BOE 14 diciembre 1999).

⁷⁴ Art. 5 LOPD

⁷⁵ Art. 6 LOPD

⁷⁶ MIGUEL ASENSIO, P. A., *Derecho Privado...*; op. cit, pg. 839. GONZÁLEZ DE LA ALAIZA CARDONA, J.J, en BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, R. (Dir.), *Tratado...*; op. cit, pg. 1726.

contratación, las condiciones generales a las se va a sujetar el contrato electrónico, de manera que éstas puedan ser almacenadas y reproducidas⁷⁷. El cumplimiento de este deber puede ser cumplido por la agencia de viajes incluyendo el contenido de las condiciones generales en su página web, bien directamente o por medio de hipervínculos, de forma que el destinatario pueda conocerlas con carácter previo a la selección definitiva del producto o del servicio, principalmente cuando dicho destinatario sea un consumidor⁷⁸. Además será necesario que manifieste su conocimiento por medio de la aceptación de las mismas, pulsando el icono destinado al efecto, para que se pueda continuar con el procedimiento de contratación⁷⁹.

La normativa sobre consumidores establece la información precontractual que el empresario debe suministrar al consumidor en el ámbito de la contratación a distancia⁸⁰ relativa a los elementos esenciales del contrato con carácter previo a la celebración del mismo⁸¹. No obstante, la normativa de protección de consumidores excluye expresamente la obligación del empresario de suministrar al consumidor y usuario la información precontractual para los contratos que se celebren a distancia de suministro de servicios de alojamiento, de transporte, de comidas o de esparcimiento, cuando el empresario se comprometa, al celebrarse el contrato, a suministrar tales prestaciones en una fecha determinada o en un período concreto⁸². Sin embargo, si el contrato realizado por vía electrónica es un viaje combinado, si será necesario suministrar dicha información previa junto con la que se establece en la norma de protección de los consumidores específicamente aplicable a esta modalidad contractual⁸³, relativa al folleto o programa informativo en la oferta contractual, donde se especificará la forma, el contenido del contrato y los aspectos relacionados con el viaje y la información adicional sobre el viaje contratado⁸⁴.

Una vez celebrado el contrato de servicios turísticos le corresponde a las agencias de viajes o empresas turísticas que ofrezcan esta posibilidad través de su página web cumplir con la obligación de información posterior a la celebración del contrato electrónico⁸⁵. La normativa de comercio electrónico aplicable en el ámbito de la contratación por vía electrónica establece la regla de que una vez se haya celebrado el correspondiente contrato electrónico, todo oferente de un servicio de la sociedad de la información que contrate con un consumidor, estará obligado a confirmar la recepción de la oferta. El cumplimiento de esta obligación puede efectuarlo bien enviando acuse de

⁷⁷ Art. 27.4 LSSI

⁷⁸ Art 80 TRLGDCU

⁷⁹ Art. 5 y 7 LCGC

⁸⁰ Art. 97 TRLGDCU

⁸¹ CRUZ RIVERO, D; "Contratación electrónica con consumidores"; op. cit, pgs. 19.

⁸² Art. 93.2 TRLGDCU

⁸³ PANIZA FULLANA, A; "La protección del adquirente..."; op. cit, pg. 20.

⁸⁴ Arts. 152, 154 y 156 TRLGDCU

⁸⁵ GUIASADO MORENO, A, *Formación y perfección del contrato en Internet*, Marcial Pons, Madrid, 2004, pag. 154-156

recibo por correo electrónico o cualquier otro medio de comunicación electrónica equivalente en las veinticuatro horas siguientes a la recepción de la aceptación a la dirección que el aceptante haya señalado, o bien tan pronto como el aceptante haya completado dicho procedimiento, mediante el empleo de otro medio equivalente al utilizado en el procedimiento de contratación⁸⁶, siempre que dicha confirmación pueda ser archivada por su destinatario⁸⁷.

La confirmación de la aceptación se vincula con el momento en el que ha de entenderse perfeccionado el contrato por medios electrónicos. En este sentido, la disposición adicional cuarta de la Ley 34/2002 de servicios de la Sociedad de la Información y del Comercio electrónico establece que la conclusión del contrato celebrado a distancia tendrá lugar cuando el oferente conozca la aceptación o desde que habiéndola remitido el aceptante no puede ignorarla sin faltar a la buena fe⁸⁸. La obligación de la aceptación se contempla como una medida de garantía e incluso como medio de prueba de la existencia del negocio jurídico, pero no puede ser visto como un elemento del que dependa la eficacia legal de las declaraciones de voluntad perfeccionadora del contrato⁸⁹.

A pesar de la exigencia de esta obligación, la normativa de protección de los contratos con consumidores que se celebran a distancia excluye, sin embargo, la obligación del empresario de facilitar al consumidor la confirmación escrita de la información relativa a la información precontractual, las condiciones generales y garantías para la denuncia del contrato⁹⁰ en el ámbito de los contratos turísticos de suministro de servicios de alojamiento, de transporte, de comidas o de esparcimiento, cuando el empresario se comprometa al celebrarse el contrato a suministrar tales prestaciones en una fecha determinada o en un período concreto⁹¹. Lo cual no se entiende, teniendo en cuenta que esta obligación debe ser cumplida porque se exige en el ámbito de la contratación electrónica⁹². Sin embargo, la solución, en este sentido, se encuentra en la necesidad de que las agencias de viajes que oferten la contratación electrónica de dichos servicios turísticos cumplan con la obligación de confirmar la información por otros medios distintos al soporte en papel⁹³, tal y como sucede con los medios electrónicos⁹⁴.

⁸⁶ GARCÍA-PITA Y LASTRES, J.L.; *Derecho mercantil...*, óp. cit, pg. 1102.

⁸⁷ Art. 28.1 LSSI

⁸⁸ Arts. 1262 CC. y 54 Cco

⁸⁹ MARQUEZ LOBILLO, P., "El consumidor..."; op. cit; pg. 233

⁹⁰ Art. 98 TRLGDCU

⁹¹ Art. 93.2 b) TRLGDCU.

⁹² FERNÁNDEZ PÉREZ, N; *El nuevo régimen de la contratación a distancia...*; op. cit, pg. 122

⁹³ CRUZ RIVERO, D; "Contratación electrónica con consumidores", op. cit, pgs. 22.

⁹⁴ PANIZA FULLANA, A; "La protección del adquirente..."; op. cit, pg. 23-

En cambio, en el caso de que se trate de un viaje combinado, en el momento en el que se lleva a cabo el acuse del recibo del contrato turístico electrónico se podrá dar cumplimiento a la exigencia establecida por la normativa de protección de los consumidores por parte de la agencia de viajes relativa a la remisión de la copia del contrato de viaje combinado celebrado en soporte electrónico, en la que se detalle tanto el contenido mínimo de dicho contrato⁹⁵ como la información adicional sobre el viaje combinado⁹⁶, como medidas de protección de los contratantes más débiles⁹⁷.

V. DERECHOS DEL CONSUMIDOR-TURISTA EN LA CONTRATACIÓN ELECTRÓNICA DE SERVICIOS TURÍSTICOS.

La contratación electrónica de servicios turísticos se enmarca, principalmente, en el supuesto de que el cliente o turista, que tiene la condición de consumidor, se dirige a la página web de la agencia o de la empresa turística correspondiente para celebrar un contrato turístico por este medio. En este ámbito resulta de aplicación la normativa de protección de los consumidores que reconoce determinados derechos a los consumidores y usuarios. Entre estos derechos destacan principalmente los relativos al derecho de desistimiento y a las medidas aplicables en el ámbito de la ejecución del contrato.

El derecho de desistimiento constituye un mecanismo que se dirige a la correcta formación del consentimiento del consumidor⁹⁸, en virtud de la cual, se le otorga al consumidor, de forma excepcional y durante un breve periodo de tiempo, la facultad de reconsiderar su decisión y resolver⁹⁹, en su caso, la obligación, sin que ello conlleve consecuencias perjudiciales o el pago de indemnizaciones de ningún tipo¹⁰⁰, salvo en los supuestos en los que en los que la ejecución tenga lugar antes de dicho plazo¹⁰¹. No obstante, en orden a determinar la aplicación de este derecho, conviene diferenciar de nuevo la modalidad de contrato turístico que se celebra, cuando éstos se celebran a distancia y por vía electrónica.

El ejercicio de este derecho no se reconoce para determinados servicios turísticos sueltos que se celebren a distancia, como los contratos de suministro de servicios de alojamiento, de transporte, de comidas o de esparcimiento, cuando el empresario se comprometa al celebrarse el contrato a suministrar tales prestaciones en una fecha determinada o en un período concreto¹⁰². La justificación de esta exclusión se encuentra en que en el caso de otorgarse este derecho en la contratación de estos servicios

⁹⁵ Art. 154.2 TRLGDCU.

⁹⁶ Art. 156 TRLGDCU

⁹⁷ PASTOR SEMEPERE, M^a C; "El viaje combinado en el RDLG 1/2007..."; *op. cit.*, pg. 114

⁹⁸ MIGUEL ASENSIO, P. A., *Derecho Privado...*; *op. cit.*, pg. 870

⁹⁹ FERNÁNDEZ PÉREZ, N; *El nuevo régimen de la contratación a distancia...*; *op. cit.*, pg. 122

¹⁰⁰ Art. 71.1 y 101. 1 TRLGDCU

¹⁰¹ Art. 102 TRLGDCU

¹⁰² Art. 93.2 b) TRLGDCU.

turísticos, se produciría un perjuicio las empresas que, como prestadoras de servicios de la sociedad de la información, ofrezcan esta posibilidad, al no contar éstas con un derecho equiparable para desistir de la adquisición realizada expresamente para dicho consumidor cuando éstas hubieran procedido a realizar una reserva previa¹⁰³, salvo que las empresas turísticas lo hubieran incluido expresamente entre las condiciones generales aplicables al contrato.

No sucede lo mismo, sin embargo, en el caso de los contratos de viajes combinados, respecto de los cuales no se excluye la aplicación del derecho de desistimiento por la normativa de protección de los consumidores porque se considera un contrato previamente organizado por la agencia y que se contrata normalmente con una antelación suficiente. Este derecho no se excluye por no ser considerado los contratos de viajes combinados como contratos confeccionados conforme a las especificaciones del consumidor¹⁰⁴, con independencia de que el consumidor pueda adoptar una postura más o menos activa en la elección de los elementos del contenido del viaje¹⁰⁵. El reconocimiento de este derecho no impide que el consumidor pueda dejar sin efecto los servicios contratados, teniendo derecho a la devolución de las cantidades que hubiese abonado, aunque en este caso estará sometido a abonar a la agencia de viajes las penalizaciones que la norma contempla dependiendo del plazo en que ejercite dicho derecho¹⁰⁶.

Por otro lado, la norma de protección de los consumidores establece determinadas medidas relativas a la ejecución y el pago de los contratos que se celebren entre un empresario y un consumidor a distancia, y por tanto aplicables, en el caso de que el contrato que se celebre por vía electrónica. En este sentido, se establece que, salvo que las partes hayan acordado otra cosa, el empresario deberá ejecutar el pedido a más tardar en el plazo de treinta días a partir del día siguiente a aquel en que el consumidor y usuario haya prestado su consentimiento para contratar¹⁰⁷. No obstante, esta misma norma excluye la aplicación de esta regla en el ámbito de la contratación a distancia de los servicios turísticos que se refieren al alojamiento, de transporte, de comidas o de esparcimiento, cuando el empresario se comprometa al celebrarse el contrato a suministrar tales prestaciones en una fecha determinada o en un período concreto¹⁰⁸.

Sorprende, sin embargo, que no se hayan excluido la aplicación de los efectos que se derivan de la falta de ejecución del contrato y de la sustitución del servicio contratado para los contratos turísticos respecto de los cuales se excluyen las medidas relativas al

¹⁰³ MARQUEZ LOBILLO, P., "El consumidor...; op. cit; pg. 235.

¹⁰⁴ Art. 102 b) TRLGDCU

¹⁰⁵ MARQUEZ LOBILLO, P., "El consumidor...; op. cit; pg. 235.

¹⁰⁶ Art. 160.1 TRLGDCU

¹⁰⁷ Art. 103.1 TRLGDCU

¹⁰⁸ Art. 93.2 b) TRLGDCU.

plazo de ejecución del contrato¹⁰⁹. En este sentido, a dichos contratos turísticos les serán de aplicación lo establecido en el la norma en el caso de no poderse ejecutar el servicio contratado por parte del empresario por no encontrarse disponible y que se refiere al derecho del consumidor de recuperar las sumas abonadas en un plazo de treinta días como máximo, bajo pena de indemnización, aunque una vez se hubiera comunicado dicha falta de disponibilidad, el empresario podrá suministrar al consumidor sin aumento de precio un servicio de características similares que tenga la misma o superior calidad¹¹⁰.

En el caso de la contratación de viajes combinados deberá de tenerse en cuenta, además, las previsiones establecidas en la normativa de protección de los consumidores relativas a la modificación del precio y de las condiciones del viaje¹¹¹ respectivamente¹¹² así como la posibilidad de ejercitar la resolución o la cancelación por causas imputables bien al organizador del viaje o bien al consumidor o usuario¹¹³.

VI. CONCLUSIONES

El conjunto de esta normativa pone constantemente en evidencia las diferencias y, en algunos casos, las contradicciones existentes entre la normativa de contratación electrónica y la normativa de contratos a distancia, principalmente en el ámbito de la contratación con consumidores. Prueba de ello, es la exclusión que la propia norma de protección de los consumidores efectúa en relación a los aspectos más relevantes aplicables en el ámbito de la contratación a distancia que se celebre entre un empresario y un consumidor para la prestación de determinados servicios turísticos, en particular, los relativos a servicios de alojamiento, de transporte, de comidas o de esparcimiento que se celebren entre un empresario y un consumidor, cuando tales prestaciones en una fecha determinada o en un período concreto.

Por otra parte, la nueva situación establecida por la reciente Directiva 2011/83/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de octubre de 2011, sobre los derechos de los consumidores agrava aún más esta situación al dejar fuera del ámbito de aplicación de la misma, y por tanto, de la normativa sobre contratación a distancia con consumidores, los contratos sobre viajes combinados, los contratos de aprovechamientos por turnos de bienes inmuebles, los contratos de servicios de pasajeros que se regirán por su normativa específica, la cual no prevé disposiciones específicas para la contratación a distancia de estos servicios turísticos.

¹⁰⁹ PANIZA FULLANA, A; "La protección del adquirente..."; op. cit, pg. 24.

¹¹⁰ Arts. 104 y 105 TRLGDCU

¹¹¹ Arts. 157 y 158 TRLGDCU

¹¹² MARQUEZ LOBILLO, P., "El consumidor en la contratación electrónica..."; op. cit; pg. 235

¹¹³ Arts.159 y 160 TRLGDCU

Esta situación conlleva, por tanto, una situación de inseguridad jurídica¹¹⁴ que dificulta la generación de la confianza de los consumidores en el ámbito de la contratación electrónica de servicios turísticos¹¹⁵, lo cual debería ser tenido en cuenta por el legislador en las futuras modificaciones que lleve a cabo en el ámbito de la protección de los consumidores adquirentes de esta modalidad de servicios turísticos a distancia y por vía electrónica.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AURIOLES MARTÍN, A. (2006). *Introducción al Derecho turístico*. Madrid: Tecnos.
- CAVANILLAS MUGICA, S. (2001). *Turismo y Comercio electrónico. La promoción y contratación "on line" de servicios turísticos*. Granada: Comares.
- CLEMENTE MEORO, M.E. y CAVANILLAS MUGICA, S. (2003). *Responsabilidad civil y contratos en Internet*. Granada: Comares.
- CRUZ RIVERO, D. (2009). "Contratación electrónica con consumidores", *Revista de la Contratación Electrónica*, 109, 3-42.
- FERNÁNDEZ PÉREZ, N (2009). *El nuevo régimen de la contratación a distancia con consumidores. Especial referencia a la relativa a servicios financieros*. Madrid: La Ley.
- GALLEGO SÁNCHEZ, E. (2010). *Derecho de la empresa y del Mercado*. Valencia: Tirant lo Blanch.
- "Reflexiones críticas sobre la venta distancia de la Ley de Ordenación del Comercio Minorista tras el 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 otras leyes complementarias", *Practica de Tribunales*, num. 61, junio 2009 (L LEY 1185/2009).
- GARCÍA-PITA Y LASTRES, J.L. (2010). *Derecho mercantil de Obligaciones*. Barcelona: Bosch.
- GONZÁLEZ DE LA ALAIZA CARDONA, J. J. (2010). en BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, R. (Dir.), *Tratado de Contratos*. Valencia: Tirant lo Blanch.
- GUISADO MORENO, A. (2004). *Formación y perfección del contrato en Internet*. Madrid: Marcial Pons.
- MARQUEZ LOBILLO, P. (2011). "El consumidor en la contratación electrónica de servicios turísticos", *Revista Derecho Mercantil*, 282, octubre-diciembre, 209-242.
- MELAGROSA ARCOS, F.J. (2011). "Directiva de Servicios y Turismo: aproximación a la incidencia de la Directiva de Servicios en marco jurídico del turismo español". *Noticias de la Unión Europea*, 317, 47-72.
- MIGUEL ASENSIO, P.A. (2011). *Derecho Privado de Internet*. Aranzadi: Cizur Menor.

¹¹⁴ PANIZA FULLANA, A; "La protección del adquirente...; op. cit, pg. 24.

¹¹⁵ FERNÁNDEZ PÉREZ, N; *El nuevo régimen de la contratación ...*, pg. 122

- MUÑOZ GIL, C. (2011). "Contratación y servicios turísticos: especial estudio de la legislación valenciana sobre turismo". *Diario la Ley*, 7551, Sección doctrina, 20 Enero, 1-17.
- ORTUÑO BAEZA, M.T. (2009). "La regulación de los viajes combinados por el TRLGDCU: novedades más significativas en la protección del consumidor turístico". *Práctica de Tribunales*, 63, septiembre 2009, (LA LEY 1358/2009).
- PANIZA FULLANA, A. (2012). "La protección del adquirente a distancia de servicios turísticos", *Revista de Derecho Privado*, 2, marzo-abril 2012, 7-24.
- PASTOR SEMEPERE, M.C. (2010). "El viaje combinado en el RDLG 1/2007 (Texto Refundido Ley General de Consumidores) y Leyes complementarias". *Cuadernos de Turismo*, 25, 99-124.
- VIDAL PORTABLES, J.I. (2010). *Sociedad de la Información y Empresa*. Granada: Comares.
- YÁÑEZ VIVERO, F. (2003). "La contratación electrónica de servicios turísticos tras la Ley 34/2002, de Servicios de la Sociedad de la Información y Comercio Electrónico". *IE Working Paper*, AJ8-105 15/09/2003.