

UNIVERSIDAD DE LEÓN



FACULTAD DE DERECHO

DEPARTAMENTO DE DERECHO PRIVADO Y DE LA
EMPRESA

TESIS DOCTORAL

Los contratos de consumo celebrados por el turista extranjero en la era digital: aspectos de Derecho Internacional Privado Comunitario

Autor: **David Carrizo Aguado**

Directora: **Dra. Aurelia Álvarez Rodríguez**

León, 2017

UNIVERSIDAD DE LEÓN



FACULTAD DE DERECHO

Tesis Doctoral presentada por D. David Carrizo Aguado para optar al grado de Doctor en Derecho por la Universidad de León bajo la dirección de la Dra. Aurelia Álvarez Rodríguez

León, 2017

Por tanto no desfallezcamos, antes bien, aunque nuestro hombre exterior va decayendo, sin embargo, nuestro hombre interior se renueva de día en día. Pues esta aflicción leve y pasajera nos produce un eterno peso de gloria que sobrepasa toda comparación, al no poner nuestra vista en las cosas que se ven, sino en las que no se ven; porque las cosas que se ven son temporales, pero las que no se ven son eternas

2 Corintios 4:16-18

ÍNDICE

ABREVIATURAS	13
INTRODUCCIÓN	15
1. LA IMPORTANCIA DEL TURISMO INTERNACIONAL: UNA REALIDAD EN CONSTANTE EVOLUCIÓN.....	17
2. POLÍTICA TURÍSTICA EN EL SENO DE LA UE: MERCADO ÚNICO DIGITAL Y LAS TRANSACCIONES EN LÍNEA	19
A. Actuaciones comunitarias.....	19
B. Mercado Único Digital	21
C. Transacciones en línea.....	22
3. OBJETO: ADECUACIÓN DEL TURISMO EN LA ESFERA TRANSNACIONAL DEL DERECHO PRIVADO	23
4. PLAN DE TRABAJO.....	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
CAPÍTULO I. LA SITUACIÓN TRANSFRONTERIZA EN LA CONTRATACIÓN ELECTRÓNICA DE SERVICIOS TURÍSTICOS	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
I. ASPECTOS PRELIMINARES DE LAS RELACIONES JURÍDICAS EN INTERNET	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
1. OBSERVACIONES INICIALES.....	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
2. TRATAMIENTO ESPECIAL PARA EL TURISTA	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
A. El turista: parte débil del contrato	¡Error! Marcador no definido.
B. «Caos para el turista»: la escasez de información.....	¡Error! Marcador no definido.
C. Deber de transparencia empresarial.....	¡Error! Marcador no definido.
II. EVENTUALES RECLAMACIONES EN VÍA JUDICIAL.....	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
1. ASPECTOS DE DERECHO PROCESAL CIVIL INTERNACIONAL	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
A. <i>Hándicaps</i> en el acceso a los tribunales	¡Error! Marcador no definido.
B. Regulación.....	¡Error! Marcador no definido.
C. Novedad en el Reglamento (UE) 1215/2012: demandado fuera del territorio de la UE.....	¡Error! Marcador no definido.

- D. Finalidad primordial: la defensa al consumidor; **Error! Marcador no definido.**
- 2. NECESARIEDAD DE ENMARCAR EL CONTRATO BAJO EL DERECHO DE CONSUMO **¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.**
 - A. Presupuestos iniciales **¡Error! Marcador no definido.**
 - B. Actividad dirigida al estado del domicilio del consumidor **¡Error! Marcador no definido.**
 - C. Consumidor pasivo vs. consumidor activo; **Error! Marcador no definido.**
 - D. Comercio *on line* **¡Error! Marcador no definido.**
- 3. MELODÍA COMUNITARIA AL UNÍSONO: TUTELA EFECTIVA DEL CONSUMIDOR **¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.**
 - A. Desequilibrio de fuerzas en la relación contractual; **Error! Marcador no definido.**
 - B. Ojo avizor: los contratos de adhesión **¡Error! Marcador no definido.**
 - C. Condición esencial para la aplicación del régimen protector hacia la figura consumidor **¡Error! Marcador no definido.**
 - D. Calificación autónoma del concepto de consumidor; **Error! Marcador no definido.**
 - E. Particularidades en el comercio transfronterizo: especial atención a las asociaciones de consumidores **¡Error! Marcador no definido.**
 - F. El empresario **¡Error! Marcador no definido.**

CAPÍTULO II. DELIMITACIÓN JURÍDICA DEL PAQUETE DINÁMICO Y FIGURAS AFINES ¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.

- I. TRANSFORMACIÓN EN LAS TRANSACCIONES TURÍSTICAS: DE LA COMPRA TRADICIONAL AL ENTORNO DIGITAL **¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.**
 - 1. CONSIDERACIONES PREVIAS; **Error! MARCADOR NO DEFINIDO.**
 - 2. EL VIAJE COMBINADO **¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.**
 - A. Definición **¡Error! Marcador no definido.**
 - B. Configuración **¡Error! Marcador no definido.**
 - 3. PAQUETE DINÁMICO: PERSPECTIVA JURÍDICA Y ASPECTOS CARACTERÍSTICOS **¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.**
 - A. Marco legal actual: la Directiva (UE) 2015/2302; **Error! Marcador no definido.**
 - a. Objeto y déficit en la regulación **¡Error! Marcador no definido.**
 - b. Limbo jurídico ante situaciones transfronterizas y la proliferación de condiciones generales **¡Error! Marcador no definido.**
 - c. Fragmentación legal **¡Error! Marcador no definido.**
 - B. Concepto **¡Error! Marcador no definido.**
 - C. Características y particularidades **¡Error! Marcador no definido.**
- II. SEMEJANZAS Y DIVERGENCIAS ENTRE EL VIAJE COMBINADO Y EL PAQUETE DINÁMICO: ESPECIAL MENCIÓN A LOS SUJETOS PARTICIPANTES **¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.**

1. SIMILITUDES Y DIFERENCIAS ENTRE AMBOS TIPOS DE CONTRATOS **¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.**
 - A. ¿Confrontación inadecuada? **¡Error! Marcador no definido.**
 - B. Desarrollo en la contratación **¡Error! Marcador no definido.**
 - C. Cuestiones de configuración **¡Error! Marcador no definido.**
 - D. Sujetos intervinientes **¡Error! Marcador no definido.**
 - E. Consecuencias de la calificación jurídica; **¡Error! Marcador no definido.**
2. EL PASAJERO Y LA AGENCIA DE VIAJES: ¿FUERZAS ENCONTRADAS? **¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.**
 - A. Pasajero en calidad de consumidor **¡Error! Marcador no definido.**
 - B. La actividad de la agencia de viajes **¡Error! Marcador no definido.**
 - a. Actuación en la Red **¡Error! Marcador no definido.**
 - b. Particular situación en el paquete dinámico... **¡Error! Marcador no definido.**
 - c. Facultad de intermediación **¡Error! Marcador no definido.**

CAPÍTULO III. REGLAS DE COMPETENCIA JUDICIAL INTERNACIONAL Y LEY APLICABLE EN LA CONTRATACIÓN DE PAQUETES DINÁMICOS ¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.

- I. DELIMITACIÓN DE LAS NORMAS DE COMPETENCIA JUDICIAL INTERNACIONAL **¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.**
 1. TRIBUNALES COMPETENTES BAJO LA SECCIÓN 4ª DEL REGLAMENTO (UE) 1215/2012; **¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.**
 - A. Condiciones de aplicación **¡Error! Marcador no definido.**
 - B. Desplazamiento del consumidor **¡Error! Marcador no definido.**
 - C. Visualización de la actividad del empresario en página web **¡Error! Marcador no definido.**
 - a. La *website* como lugar de comercialización de servicios; **¡Error! Marcador no definido.**
 - b. Finalidad: dispensar seguridad al consumidor; **¡Error! Marcador no definido.**
 - c. Disyuntiva: inaccesibilidad a Internet **¡Error! Marcador no definido.**
 - d. Importancia en la configuración del portal web; **¡Error! Marcador no definido.**
 2. FOROS PROTECTORES HACIA EL CONSUMIDOR **¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.**
 - A. Régimen particular **¡Error! Marcador no definido.**
 - B. Domicilio no conocido del consumidor. **¡Error! Marcador no definido.**
 3. PACTO EN LA ELECCIÓN DE TRIBUNAL; **¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.**
 - A. Presupuestos iniciales **¡Error! Marcador no definido.**
 - B. Sumisión «on line» **¡Error! Marcador no definido.**
- II. LEY APLICABLE: ART. 6 REGLAMENTO (CE) 593/2008 **¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.**
 1. OBSERVACIONES INICIALES; **¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.**
 2. LA FIGURA DEL CONSUMIDOR EN EL DERECHO APLICABLE **¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.**

- A. Exclusiva protección al consumidor pasivo; **Error! Marcador no definido.**
- B. La «actividad dirigida» en el Reglamento (CE) 593/2008 **¡Error! Marcador no definido.**
- C. Diferenciación entre consumidor activo y consumidor pasivo..... **¡Error! Marcador no definido.**
- D. Consumidor intracomunitario..... **¡Error! Marcador no definido.**
- 3. EMPRESARIO EXTRACOMUNITARIO; **ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.**
- 4. EL PACTO DE LEY: AUTONOMÍA DE LA VOLUNTAD CONFLICTUAL..... **¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.**
 - A. Aspectos preliminares **¡Error! Marcador no definido.**
 - a. Salvedades..... **¡Error! Marcador no definido.**
 - b. Frustración conceptual: camino hacia la aplicación de las reglas generales **¡Error! Marcador no definido.**
 - c. Acuerdo vía *on line* **¡Error! Marcador no definido.**
- 5. REQUISITOS DE APLICACIÓN DEL ART. 6 REGLAMENTO (CE) 593/2008 **¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.**
 - A. Presupuestos iniciales **¡Error! Marcador no definido.**
 - B. Limitaciones de aplicabilidad **¡Error! Marcador no definido.**
- 6. LÍMITE EN LA APLICACIÓN DE LEY: LAS LEYES DE POLICÍA **¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.**
 - A. Regulación: art. 9 Reglamento (CE) 593/2008; **Error! Marcador no definido.**
 - B. Aumento de Directivas Comunitarias: ¿fragmentación del mercado interior? **¡Error! Marcador no definido.**
 - C. Repercusión en las normas de Derecho internacional privado..... **¡Error! Marcador no definido.**
 - D. Conjugación entre la figura del Reglamento Comunitario y la Directiva **¡Error! Marcador no definido.**
 - a. Aclaración preliminar..... **¡Error! Marcador no definido.**
 - b. Derecho material..... **¡Error! Marcador no definido.**

CAPÍTULO IV. EL CONTRATO DE APROVECHAMIENTO POR TURNO DE BIENES DE USO TURÍSTICO: INCIDENCIA EN LA CONTRATACIÓN INTERNACIONAL CON CONSUMIDORES...¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.

- I. ASPECTOS JURÍDICOS ESENCIALES EN EL DERECHO MATERIAL INTERNO **¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.**
 - 1. DELIMITACIÓN JURÍDICA **¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.**
 - A. Consideraciones introductorias **¡Error! Marcador no definido.**
 - B. Normativa aplicable..... **¡Error! Marcador no definido.**
 - 2. CONCEPTUALIZACIÓN, CARACTERÍSTICAS Y TIPOS DE CONTRATOS RELACIONADOS CON EL APROVECHAMIENTO POR TURNO..... **¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.**

- A. Concepto y especialidades terminológicas; **Error! Marcador no definido.**
- B. Caracteres esenciales **¡Error! Marcador no definido.**
- C. Figuras contractuales afines..... **¡Error! Marcador no definido.**
 - a. Contrato de aprovechamiento por turno de bienes de uso turístico **¡Error! Marcador no definido.**
 - b. Contrato de producto vacacional de larga duración; **Error! Marcador no definido.**
 - c. Contrato de reventa **¡Error! Marcador no definido.**
 - d. Contrato de intercambio..... **¡Error! Marcador no definido.**
- 3. PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR Y CLASES DE EMPRESAS EN EL DESARROLLO DEL CONTRATO DE APROVECHAMIENTO POR TURNO..... **¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.**
 - A. Garantías en la tutela al consumidor **¡Error! Marcador no definido.**
 - a. La información precontractual **¡Error! Marcador no definido.**
 - b. La información adicional **¡Error! Marcador no definido.**
 - c. Información y control de publicidad **¡Error! Marcador no definido.**
 - d. La forma del contrato..... **¡Error! Marcador no definido.**
 - e. Contenido mínimo del contrato..... **¡Error! Marcador no definido.**
 - f. Derecho de desistimiento..... **¡Error! Marcador no definido.**
 - g. Resolución del contrato por impago de cuotas de mantenimiento..... **¡Error! Marcador no definido.**
 - B. Clases de empresas turísticas de aprovechamiento por turno..... **¡Error! Marcador no definido.**
 - a. Propietario y/o promotor **¡Error! Marcador no definido.**
 - b. Empresa de servicios..... **¡Error! Marcador no definido.**
- II. EL CONTRATO DE APROVECHAMIENTO POR TURNO DE BIENES DE USO TURÍSTICO EN LAS NORMAS DE DERECHO INTERNACIONAL PRIVADO **¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.**
 - 1. DIFERENCIACIÓN PREVIA **¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.**
 - 2. DELIMITACIÓN DE LA COMPETENCIA JUDICIAL INTERNACIONAL..... **¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.**
 - A. Calificación como derecho real **¡Error! Marcador no definido.**
 - B. Calificación como derecho obligacional **¡Error! Marcador no definido.**
 - 3. DETERMINACIÓN DE LA LEY APLICABLE; **Error! Marcador no definido.**
 - A. Calificación como derecho real **¡Error! Marcador no definido.**
 - B. Calificación como derecho obligacional **¡Error! Marcador no definido.**
 - a. Ámbito comunitario **¡Error! Marcador no definido.**
 - b. Ámbito estatal **¡Error! Marcador no definido.**

CAPÍTULO V. RECONOCIMIENTO Y EJECUCIÓN DE RESOLUCIONALES EMANADAS DE LA VÍA JURISDICCIONAL Y MECANISMOS EXTRAJUDICIALES DE RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS EN MATERIA DE CONSUMO; **Error! Marcador no definido.**

I. RECONOCIMIENTO Y EJECUCIÓN DE RESOLUCIONES EXTRANJERAS EN EL REGLAMENTO (UE) 1215/2012; **ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.**

1. CONSIDERACIONES PREVIAS; **ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.**

A. Nociones básicas **¡Error! Marcador no definido.**

B. Características **¡Error! Marcador no definido.**

2. RECONOCIMIENTO **¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.**

A. Aspectos preliminares: ausencia de concepto específico **¡Error! Marcador no definido.**

B. Presupuestos **¡Error! Marcador no definido.**

C. Efectos esenciales derivados del reconocimiento; **ERROR! Marcador no definido.**

D. Reconocimiento automático **¡Error! Marcador no definido.**

E. Reconocimiento incidental **¡Error! Marcador no definido.**

a. Contextualización **¡Error! Marcador no definido.**

b. Motivos y control de denegación **¡Error! Marcador no definido.**

F. Reconocimiento a título principal **¡Error! Marcador no definido.**

3. EJECUCIÓN **¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.**

A. Ejecución automática **¡Error! Marcador no definido.**

B. Dinámica procedimental **¡Error! Marcador no definido.**

4. MOTIVOS DE DENEGACIÓN DEL RECONOCIMIENTO O DE LA EJECUCIÓN **¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.**

A. Observación inicial **¡Error! Marcador no definido.**

B. Contrariedad manifiesta con el orden público del Estado requerido: art. 45.1 a) **¡Error! Marcador no definido.**

C. Vulneración de los derechos de defensa del demandado rebelde: art. 45.1 b) **¡Error! Marcador no definido.**

D. Inconciabilidad de la decisión dictada en un litigio entre las mismas partes en el Estado requerido: art. 45.1 c) **¡Error! Marcador no definido.**

E. Inconciabilidad de la decisión con otra dictada anteriormente en otro Estado miembro o en un tercer Estado: art. 45.1 d); **ERROR! Marcador no definido.**

F. Incumplimiento de los foros de competencia en los contratos de seguro, consumo y trabajo, y en el supuesto de las competencias exclusivas: art. 45.1 e) **¡Error! Marcador no definido.**

II. RECLAMACIONES EXTRAJUDICIALES EN MATERIA DE CONSUMO **¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.**

1. OBSERVACIONES INICIALES; **ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.**

A. Justificación y conceptualización **¡Error! Marcador no definido.**

B. Caracteres esenciales **¡Error! Marcador no definido.**

C. Marco legislativo: similitudes y divergencias; **ERROR! Marcador no definido.**

2. ESTUDIO DETALLADO **¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.**

- A. Ventajas en doble vertiente: consumidor-empresario; **Error! Marcador no definido.**
 - B. Principios inspiradores **¡Error! Marcador no definido.**
 - C. Impacto en las Nuevas Tecnologías **¡Error! Marcador no definido.**
 - D. Eslabón básico: la autonomía de la voluntad; **Error! Marcador no definido.**
3. FUNDAMENTO Y RAZONES DE LA DIRECTIVA 2013/11/UE **¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.**
- A. Propósito en su aplicación **¡Error! Marcador no definido.**
 - B. Aplicación horizontal en el ordenamiento jurídico: ¿inminente transposición? **¡Error! Marcador no definido.**
 - C. Ámbitos de aplicación **¡Error! Marcador no definido.**
 - D. Principios aplicables a los procedimientos de resolución extrajudicial de conflictos en materia de consumo **¡Error! Marcador no definido.**
 - a. Observación inicial **¡Error! Marcador no definido.**
 - b. Principio de independencia e imparcialidad: art. 6.1; **Error! Marcador no definido.**
 - c. Principio de conocimiento especializado: art. 6.1; **Error! Marcador no definido.**
 - d. Principio de transparencia: art. 7 **¡Error! Marcador no definido.**
 - e. Principio de eficacia en el procedimiento: art. 8; **Error! Marcador no definido.**
 - f. Principio de equidad y contradicción: art. 9 ... **¡Error! Marcador no definido.**
 - g. Principio de libertad: art. 10 **¡Error! Marcador no definido.**
 - h. Principio de legalidad: art. 11 **¡Error! Marcador no definido.**
 - E. Obligaciones impuestas a los proveedores de servicios **¡Error! Marcador no definido.**
 - F. La información a los consumidores y la cooperación entre las entidades de resolución alternativa **¡Error! Marcador no definido.**
4. FUNDAMENTO Y RAZONES DEL REGLAMENTO (UE) 524/2013 **¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.**
- A. Propósito en su aplicación **¡Error! Marcador no definido.**
 - B. Caracteres de la plataforma y especialidades del procedimiento .. **¡Error! Marcador no definido.**

CONCLUSIONES **¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.**

BIBLIOGRAFÍA **¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.**

ANEXOS **¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.**

ABREVIATURAS

AAP	Auto de la Audiencia Provincial
AA.VV.	Autores Varios
ADR	Alternative Dispute Resolution
art.	artículo
ATJUE	Auto del Tribunal de Justicia de la Unión Europea
BOCG	Boletín Oficial de las Cortes Generales
BOE	Boletín Oficial del Estado
CC	Código Civil
Cfr.	Confróntese
CNMC	Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia
Coord.	Coordinador
Coords.	Coordinadores
CSTE	Cuenta Satélite del Turismo de España
Dir.	Director
Dirs.	Directores
DO	Diario Oficial
DOCE	Diario Oficial de la Comunidad Europea
DOUE	Diario Oficial de la Unión Europea
EEE	Espacio Económico Europeo
Ed.	Editor
Eds.	Editores
ed.	edición
EGATUR	Encuesta de Gasto Turístico
ETR	Encuesta de Turismo de Residentes
etc.	etcétera
FAMILITUR	Movimientos Turísticos de los Españoles
FRONTUR	Movimientos Turísticos en Fronteras
INE	Instituto Nacional de Estadística
id.	ídem
núm.	número
ODR	On line Dispute Resolution

OMT	Organización Mundial del Turismo
p.	página
pp.	páginas
RD	Real Decreto
SAP	Sentencia de la Audiencia Provincial
Secret.	Secretario
SJCA	Sentencia del Juzgado de lo Contencioso-Administrativo
SJM	Sentencia del Juzgado de lo Mercantil
STC	Sentencia del Tribunal Constitucional
ss.	siguientes
STJCE	Sentencia del Tribunal de Justicia de las Comunidades Europeas
STJUE	Sentencia del Tribunal de Justicia de la Unión Europea
STS	Sentencia del Tribunal Supremo
STSJ	Sentencia del Tribunal Superior de Justicia
TFUE	Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea
TIC'S	Tecnologías de la Información y la Comunicación
TJCE	Tribunal de Justicia de la Comunidad Europea
TJUE	Tribunal de Justicia de la Unión Europea
TURESPAÑA	Instituto de Turismo de España
UE	Unión Europea
v. gr.	verbi gratia
Vid.	Vide
Vol.	Volumen



INTRODUCCIÓN

1. LA IMPORTANCIA DEL TURISMO INTERNACIONAL: UNA REALIDAD EN CONSTANTE EVOLUCIÓN

El turismo es una actividad de gran trascendencia con un impacto muy positivo en el crecimiento económico y de empleo en Europa¹. Constituye también un aspecto cada vez más significativo en la vida de los ciudadanos europeos teniendo en cuenta que, cada día se viaja constantemente tanto por motivos privados como profesionales².

En el informe de la OMT «Tourism Towards 2030» se ofrece un pronóstico actualizado y una evaluación del desarrollo del turismo para las dos próximas décadas, de 2010 a 2030. Se trata de un proyecto de investigación de amplio espectro, que toma como punto de partida el trabajo realizado en el seno de la mencionada institución sobre las previsiones a largo plazo desde la década de 1990. El nuevo estudio sustituye al anterior «Turismo: Panorama 2020», que se ha convertido en referencia mundial para las previsiones sobre turismo internacional³.

De igual modo, en aquél se incluye un análisis de la relación existente entre los consumidores y las plataformas electrónicas prestadoras de servicios turísticos. En el ámbito de los viajes y del turismo, las calificaciones y las revisiones que insertan los propios usuarios en los portales digitales se han convertido en una parte central de los procesos de información, selección y decisión de los consumidores a la hora de elegir un destino turístico. Si bien, es cierto que existen controversias sobre la veracidad, pues los

¹ El alcance económico del turismo internacional puede medirse examinando la relación entre los ingresos del turismo internacional y el PIB; estos datos proceden de las estadísticas de la balanza de pagos e incluyen los viajes de negocios y los recreativos (EUROSTAT, Estadísticas sobre turismo, noviembre 2015: ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Tourism_statistics/es).

² En el Documento COM (2010) 352 final, realizado en Bruselas el 30 de junio de 2010, se afirma que la política europea del turismo necesita un nuevo impulso. Enfrentada a retos que piden respuestas concretas y esfuerzos de adaptación, los agentes de la industria del turismo europeo deben poder unir sus esfuerzos y trabajar en un marco político consolidado que tome en consideración las nuevas prioridades de la UE.

³ Panorama OMT del Turismo, UNWTO, 2016: www.e-unwto.org/doi/pdf/10.

proveedores afirman haber sido objeto de calificaciones negativas infundadas con el objetivo de obtener reembolsos o reducciones en el precio pactado.

Desde la perspectiva socio-económica, son muy reveladores los datos que conocemos tanto a nivel internacional como estatal. Las cifras ofrecidas por el último Barómetro de la OMT⁴ han afirmado que el gasto de los principales mercados emisores refleja un aumento de la demanda del turismo internacional en todo el mundo. China está a la cabeza del turismo emisor internacional, seguida por Estados Unidos, Alemania, Reino Unido y Francia. Por otra parte, en el ámbito interno, el Informe Coyuntur núm. 27, I Trimestre de 2017, realizado por TURESPAÑA⁵, organismo directamente dependiente del Ministerio de Energía, Turismo y Agenda Digital, analiza la tendencia-ciclo de los principales indicadores del sector turístico. En el mismo, se estima que para el segundo trimestre del año 2017 continúe el crecimiento de la entrada de turistas internacionales y del gasto total asociado, y que se alcancen las cifras de 23 millones de llegadas y de 23,1 mil millones de euros respectivamente. En este contexto, la llegada de turistas internacionales cerró el año 2016 con la cifra récord de 75,6 millones, y mostrando a lo largo de todo el año una tendencia de crecimiento acelerada en relación a

⁴ Vol. 15, marzo 2017. PR núm. 17046, 12-VI-2017.

⁵ El Instituto de Estudios Turísticos, actualmente Subdirección General de Conocimiento y Estudios Turísticos, fue creado en 1962. Depende del Instituto de Turismo de España, en base al RD 425/2013, de 14 de junio, por el que se aprueba el Estatuto del Instituto de Turismo de España (*BOE* núm. 143, 15-VI-2013) y, tiene entre sus funciones, el análisis de los mercados emisores de turismo, la elaboración de proyecciones y prospectivas sobre flujos turísticos, pernoctaciones e ingresos por turismo, el análisis de los factores que inciden en la economía turística, la coordinación de la información sobre el sector turístico, y en general la difusión del conocimiento turístico. Como productora de información, fue responsable hasta 2015 de las operaciones estadísticas de FRONTUR, EGATUR y FAMILITUR, generando datos sobre las llegadas de visitantes extranjeros a nuestro país y sus peculiaridades, así como los viajes realizados por los españoles y sus características. En virtud del RD 265/2015, de 10 de abril, por el que se aprueba el Plan Estadístico Nacional 2013-2016, (*BOE* núm. 101, 28-IV-2015) TURESPAÑA deja de tener la responsabilidad en la estadística de FAMILITUR, siendo competencia del INE mediante la ETR. Del mismo modo, con fecha 1 de octubre de 2015, TURESPAÑA también deja de tener la responsabilidad de las estadísticas de FRONTUR y EGATUR, cuya competencia es asumida por el INE.

años anteriores. En el presente año, el gasto total realizado por los turistas internacionales que visitaron España en abril de 2017 alcanzó los 6.739 millones de euros⁶.

2. POLÍTICA TURÍSTICA EN EL SENO DE LA UE: MERCADO ÚNICO DIGITAL Y LAS TRANSACCIONES EN LÍNEA

A. Actuaciones comunitarias

Aunque el turismo tiene un fundamento jurídico propio, desde diciembre de 2009, la UE no posee de una línea de financiación autónoma en las nuevas perspectivas financieras «2014-2020»⁷. En los artículos 6 d) y 195 TFUE se afirma que la UE dispone de competencia en materia de turismo con la meta de apoyar, coordinar o complementar la acción de los Estados miembros; además, la UE deberá basar su política turística en la cooperación entre Estados miembros y de modo particular mediante el intercambio de buenas prácticas⁸. En este sentido, hay autores que estiman que a pesar de varios intentos de incorporar una política común en turismo en la UE realmente no existe como tal, y que

⁶ EGATUR, abril 2017. Durante los cuatro primeros meses de 2017 el gasto total de los turistas internacionales aumenta un 15,3% respecto al mismo periodo del año anterior, alcanzando los 20.394 millones de euros. Entre los meses de marzo y abril el gasto total es de 11.837 millones de euros, un 15,5% más que en el mismo periodo de 2016. El gasto medio diario se sitúa en 137 euros, un 5,5% más que en abril de 2016. La duración media de los viajes de los turistas internacionales es de 7,0 días, lo que supone un descenso de 0,2 días respecto a la media de abril de 2016.

⁷ El turismo no se ha incluido como un objetivo temático en los reglamentos de los Fondos Estructurales y de Inversión de la Unión Europea, porque constituye un medio o sector más que un objetivo. Sin embargo, los reglamentos prevén numerosas posibilidades para inversiones turísticas inteligentes (ec.europa.eu/regional_policy/es/policy/themes/tourism/).

⁸ A modo de ejemplo, se crea el portal web de promoción de Europa como destino turístico (www.visiteurope.com/es/). También, se constituye la CSTE, que es un sistema de información económica relacionada con el turismo, diseñada como satélite del sistema principal de Cuentas Nacionales, permitiendo así medir el impacto del Turismo sobre la Economía Nacional. Igualmente, la Comisión Europea organiza una vez al año el llamado «Foro Europeo de Turismo». En la actualidad, tras doce ediciones, actúa como foro-plataforma para el intercambio de experiencias y el aprendizaje mutuo de cara a promover destinos turísticos alternativos que refuercen la dimensión competitiva y sostenible del turismo en Europa. La CSTE es elaborada por la Subdirección General de Cuentas Nacionales del Instituto Nacional de Estadística. Ésta describe el conjunto de cuentas y tablas, basándose en los principios metodológicos de la contabilidad nacional, que presenta los distintos parámetros económicos (oferta y demanda) del turismo de forma interrelacionada para una fecha de referencia dada. La primera aproximación a la Cuenta Satélite de Turismo fue presentada oficialmente en junio de 2002 por el INE, el Banco de España y la entonces Secretaría General de Turismo.

por el propio carácter transversal de la actividad, al turismo se le trata de forma complementaria e integrada en el resto de políticas comunitarias⁹.

Especial relevancia cobra la interacción del sector turístico y la protección del consumidor a través del «Centro Europeo del Consumidor». La Red de Centros Europeos de los Consumidores, desplegada en todos los Estados miembros de la UE, además de Islandia y Noruega, concede ayuda y asesoramiento de forma gratuita sobre los derechos que tienen los consumidores al comprar bienes o contratar servicios en establecimientos radicados en otro Estado miembro, Islandia o Noruega. Además, éstos intervendrán como mediadores en las quejas y reclamaciones transfronterizas¹⁰.

Por su parte, ya en España, el Centro Europeo del Consumidor¹¹ arbitrará las peticiones que surjan cuando un consumidor español reclame por un mal servicio o producto defectuoso contra un establecimiento o empresa situado en otro Estado de la UE, o cuando un consumidor de otro Estado miembro quiera reclamar contra un establecimiento o empresa española.

En resumen, los cuatro objetivos fundamentales sobre los que se sustenta la protección al consumidor en la UE son: garantizar que éstos sean informados de manera clara, exacta y coherente; darles vías rápidas y eficaces de solución de litigios con los comerciantes y asegurar que sus derechos sean respetados; además, se deben adaptar los

⁹ Cfr. VALDÉS PELÁEZ, L. / DEL VALLE TUERO, E.A.: “Políticas de la Unión Europea en materia de turismo”, *Estudios Turísticos*, núm.184, 2010, pp. 71-98. El fenómeno turístico preocupa a la UE desde diversos ámbitos. Sin embargo, se está incidiendo más en introducirse en la competencia turística por la vía de la competencia medioambiental, con el objetivo de lograr un turismo sostenible sin perder el sentido competitivo que es lo que demandan los usuarios (Vid. FERNÁNDEZ RODRÍGUEZ, C.: “La protección del turista en la Unión Europea”, *Revista de Derecho de la Unión Europea*, núm. 11, 2006, p. 79).

¹⁰ Los técnicos de Consumo del Centro Europeo del Consumidor contactarán con los proveedores y mediarán entre estos y los usuarios, prestándoles la asistencia lingüística y técnica necesaria hasta llegar a una solución satisfactoria o en caso contrario, les asistirán y les orientarán acerca de los Sistemas de Resolución Alternativa de Conflictos Transfronterizo previo a su paso a la vía judicial.

¹¹ www.cec.consumo-inc.es/

derechos de los consumidores a los cambios económicos y sociales para así protegerlos de productos inseguros¹².

B. Mercado Único Digital

Para superar ciertas complicaciones, la Comisión Europea ha establecido la «Estrategia para el Mercado Único Digital»¹³ en la que se proponen un total de dieciséis acciones clave bajo tres pilares nítidamente diferenciados: el primero, basado en mejorar el acceso de los consumidores y las empresas a los bienes y servicios digitales en toda Europa; el segundo, fundamentado en la creación de las condiciones adecuadas para que las redes digitales y los servicios innovadores puedan prosperar; y el tercero, se apoya en maximizar el potencial de crecimiento de la economía digital.

La Comisión Europea, habiendo alcanzado la mitad de su mandato, publicó el día 10 de mayo de 2017, la revisión intermedia de su Estrategia para el Mercado Único Digital, en la que hace balance de los progresos e insta a los legisladores a actuar con celeridad en todas las propuestas presentadas. En esta comunicación¹⁴, la Comisión señala tres ámbitos principales en los que resulta necesaria la intervención de la UE: 1) desarrollar la economía europea de los datos a su pleno potencial¹⁵; 2) proteger los activos

¹² COMISIÓN EUROPEA: *Comprender las políticas de la Unión Europea: Consumidores*, Oficina de Publicaciones de la Unión Europea, Bruselas, 2016, p. 3.

¹³ Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones: Una Estrategia para el Mercado Único Digital de Europa (COM - 2015- 192 final, Bruselas, 6-V-2015).

¹⁴ COM -2017- 228 final, 10-V-2017.

¹⁵ La Comisión está preparando una iniciativa legislativa relativa a la libre circulación transfronteriza de los datos no personales -otoño de 2017- y una iniciativa sobre la accesibilidad y la reutilización de los datos públicos y receptores de financiación pública -primavera de 2018-. Además, la Comisión proseguirá sus trabajos sobre responsabilidad y otras cuestiones nuevas relacionadas con los datos.

de Europa haciendo frente a los desafíos en materia de ciberseguridad¹⁶ y 3) fomentar las plataformas en línea como agentes responsables de un ecosistema de Internet equitativo¹⁷.

C. Transacciones en línea

En la última década, hemos sido testigos de la profunda transformación de la sociedad llevada a cabo por los singulares avances tecnológicos. Esta nueva era se caracteriza por estar capitaneada en un nuevo espacio digital singularizado por novedosos, o quizás ya no tan nuevos, estilos de vida donde la información y la comunicación ordenan el devenir de las personas y empresas. En este mundo digital se aprecian indudables beneficios pero también existen ciertas atribuciones negativas y con ello surgen poderosos riesgos a la postre de dicho progreso tecnológico.

En concreto, según los últimos datos de comercio electrónico ofrecidos por la CNMC¹⁸, la facturación del comercio electrónico en España ha aumentado en el tercer trimestre de 2016 un 16,3% interanual hasta alcanzar los 6.166,8 millones de euros. Por número de transacciones, el 43,9% de las compraventas se registran en webs españolas y el 56,1% en webs del extranjero¹⁹.

¹⁶ En el campo de la Ciberseguridad, la Comisión revisará antes de septiembre de 2017 la estrategia de ciberseguridad de la UE y el mandato de la Agencia Europea de Seguridad de las Redes y de la Información (ENISA), con miras de ajustarlo al nuevo marco de la UE en materia de ciberseguridad. La Comisión también trabajará para proponer medidas adicionales en materia de normas, certificación y etiquetado de ciberseguridad, a fin de que los objetos conectados resulten más ciberseguros.

¹⁷ En el ámbito de las plataformas en línea, la Comisión elaborará, a más tardar a finales de 2017, una iniciativa para abordar las prácticas comerciales y cláusulas contractuales abusivas en las relaciones entre plataformas y empresas, y también ha adoptado recientemente decisiones de aplicación en materia de competencia relacionadas con este aspecto.

¹⁸ La CNMC, nace con la Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (*BOE* núm. 134, 5-VI-2013). El objetivo principal de la CNMC es garantizar, preservar y promover el correcto funcionamiento, la transparencia y la existencia de una competencia efectiva en todos los mercados y sectores productivos, en beneficio de los consumidores y usuarios. Se creó en 2013 a partir de la integración de estos seis organismos: Comisión Nacional de la Competencia, Comisión Nacional de Energía, Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones, Comisión Nacional del Sector Postal, Consejo Estatal de Medios Audiovisuales y Comité de Regulación Ferroviaria y Aeroportuaria.

¹⁹ El volumen de negocio de las transacciones con origen en España y dirigidas hacia el exterior ha sido de 2.633,6 millones de euros, un 25,2% más que en el tercer trimestre del año anterior. El 92,8% de las compras desde España hacia el exterior se dirigen a la UE, seguidas de Estados Unidos (3,4%). Las ramas de actividad con mayor volumen de negocio desde España hacia el exterior son el transporte aéreo (un 12,6%) y las agencias de viajes y operadores turísticos (6,3%). Por su parte, las ventas desde webs españolas hacia

3. OBJETO: ADECUACIÓN DEL TURISMO EN LA ESFERA TRANSNACIONAL DEL DERECHO PRIVADO

En el marco del Derecho Privado, encontramos normas dirigidas a la protección de los turistas en su condición de consumidores, que disciplinan la intervención de dichos sujetos en el ámbito de la contratación de diversos servicios turísticos, tales como paquetes dinámicos, viajes combinados, aprovechamiento por turno de inmuebles para uso turístico, alojamiento, etc., que al hallarse fuera de su lugar de origen se encuentran en una posición de clara inferioridad. Así pues, es necesaria una protección jurídica específica para aquellas situaciones contractuales que están conformadas por éstos.

La situación de especial fragilidad en la que se encuentra el turista se debe a que es una persona desplazada de su entorno y que presenta dificultades y problemas que denotan su vulnerabilidad y sensibilidad, derivándose por tal la necesidad de un sistema específico de protección. Desde el ámbito jurídico privado, se requieren respuestas que eliminen los problemas a los que se enfrenta tal colectivo, teniendo en cuenta que la coexistencia de una pluralidad de normas, tanto internas como internacionales, no deban suponer indefensión para el turista necesitado de tutela. Aunque en la UE estén vigentes normas estrictas de protección de los consumidores, en la práctica éstos a veces encuentran dificultades para obtener un determinado resarcimiento cuando se produce una violación de sus derechos, especialmente a nivel internacional.

Resulta necesaria una verdadera cooperación no sólo entre los Estados miembros, sino también entre los representantes de las empresas turísticas, agentes privados y públicos, institutos de investigación, universidades, observatorios, etc. Todo ello con la

el exterior se han situado en una facturación de 983,0 millones de euros, un 3,3% menos que en el tercer trimestre del año anterior. El 75,3% de las compras desde el exterior proviene de la UE (<http://data.cnmc.es/datagraph/> [7-IV-2017]). Los ingresos de comercio electrónico dentro de España (compras hechas en España a webs españolas) han aumentado un 16,9% interanual hasta los 2.550,2 millones de euros, siendo el sector turístico el que posee el mayor tipo porcentual con un 38,5% de la facturación dentro de España.

finalidad de conseguir una adecuación en las normas que regulan la protección del turista como consumidor y usuario de los diversos servicios turísticos en el escenario de la comercialización tecnológica.

Habida cuenta del frecuente carácter internacional de las transacciones turísticas, lo ideal sería localizar el perfecto equilibrio de intereses que cada una de las partes (turista vs. empresario) presentan. En cualquier caso, se debe tener muy presente que el turista-consumidor no dispone de la misma capacidad de negociación que el empresario y corre el riesgo de adherirse a las condiciones estipuladas por este último; indubitadamente, se precisa ofrecer un claro propósito de defensa hacia el turista en calidad de consumidor y/o usuario, máxime en el contexto de desarrollo y difusión del comercio electrónico.

La evolución en el sector turístico, derivado de los avances en las nuevas tecnologías de la información, ha planteado problemas de adecuación en las relaciones contractuales entre los diversos operadores jurídicos. De este modo, las agencias *on line* se han consolidado de manera muy rápida para convertirse en los principales aliados en la comercialización de productos. De esta forma, se logra una visualización cada vez más variada en los diferentes mercados emisores internacionales. Como consecuencia de ello, el aumento de usuarios que han encontrado acomodo de participación en estos portales ha conllevado a que sean instrumentos de gran utilidad a la hora de reservar todo tipo de servicios turísticos.