

PROTECCIÓN JURÍDICA DEL USUARIO DE SERVICIOS TURÍSTICOS CONTRATADOS ELECTRÓNICAMENTE¹

Felio José Bauzá Martorell

Universidad de las Islas Baleares

¹ Esta comunicación forma parte del proyecto de investigación “Turismo y nuevas tecnologías; en especial el régimen jurídico de las denominadas centrales electrónicas de reservas turísticas (DER 2012-32063)” financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad. Investigadora principal: Dña. Apolonia Martínez Nada, Catedrática de Derecho Mercantil de la Universidad de las Islas Baleares.

1.- PLANTEAMIENTO. 2.- EL USUARIO FINAL DE SERVICIOS TURÍSTICOS CONTRATADOS A TRAVÉS DE CENTRALES ELECTRÓNICAS DE RESERVAS. 3.- CONTROL DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA. 3.1.- Control privado a través de redes sociales. 3.1.1.- Del inspector de turismo al usuario de servicios turísticos. 3.1.2.- Del libro de quejas y sugerencias a las redes sociales. 3.2.- Control público del uso de las redes sociales. 3.2.1.- Libertad de opinión de los usuarios. 3.2.2.- Lucha contra el fraude de las opiniones de los usuarios. 4.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES DE LEGE FERENDA. BIBLIOGRAFÍA.

1 PLANTEAMIENTO

La proliferación y en algunos casos consolidación de las tecnologías de la información y las comunicaciones en el sector del turismo está sometiendo las relaciones jurídicas a una profunda transformación.

Si ello es así en el derecho privado (relaciones civiles y mercantiles) entre el usuario y el prestador de servicios turísticos, no es menos cierto que la relación jurídico-administrativa (la intervención de la Administración en la prestación de servicios turísticos) igualmente se halla sometida a una importante revisión de las formas tradicionales.

La conjunción de medios técnicos, Derecho y turismo genera en este sentido un nuevo escenario en el que el cliente adquiere una capacidad de acción y una celeridad que afectan a los derechos y obligaciones de ambas partes.

En consecuencia se pretende plantear con esta comunicación el nuevo régimen jurídico que afecta al cliente de servicios turísticos, con una legislación en algunos casos adaptada a este nuevo escenario, mientras que en otros tantos el operador jurídico debe interpretar normas concebidas para supuestos distintos.

2 EL USUARIO FINAL DE SERVICIOS TURÍSTICOS CONTRATADOS A TRAVÉS DE CENTRALES ELECTRÓNICAS DE RESERVAS

En la confluencia entre turismo, Derecho y tecnología no es posible olvidar que la persona física o jurídica que contrata un servicio –un alojamiento, por ejemplo- a través de la página web de una central de reservas (*booking, atrapalo, trivago...*) en muchas ocasiones no deja de ser un consumidor en los términos del régimen general de defensa de los consumidores y usuarios, que de hecho contempla la contratación a distancia.

En el presente estudio centraremos nuestra atención en el supuesto en que directamente el consumidor final contrata con las centrales electrónicas, al objeto de determinar los derechos de aquél y las obligaciones de éstas, derivadas del régimen de consumidores en nuestro ordenamiento jurídico.

En efecto la contratación de servicios por parte de un usuario final a través de centrales electrónicas de reservas turísticas sitúa al usuario en una posición de consumidor, con una inferioridad de condiciones como consecuencia del elemento tecnológico y el componente de la distancia. En este sentido a la desigualdad y la quiebra del equilibrio de intereses se une la inseguridad que conlleva la contratación entre ausentes². A este consumidor, dadas las peculiares características de su entorno, se le puede calificar como vulnerable, de ahí la importancia de analizar sus derechos y garantías en el ordenamiento jurídico.

No obstante lo anterior, el régimen jurídico de la contratación mediante aplicaciones informáticas y telemáticas por parte de consumidores y usuarios finales no se resuelve sin más aplicando en nuestro país 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 (en adelante, TRLGDCU), en su redacción vigente, operada por la Ley 3/2014, de 27 de marzo. Como se analizará más

² PACHECO CAÑETE, M. <<La protección del consumidor una vez perfecto el contrato en las ventas de productos a distancia a través de internet>>. *Diario La Ley* núm. 5148. 2000. Págs. 1 a 6.

adelante, esta norma excluye de su ámbito de aplicación algunos supuestos en los que se verifica la contratación de servicios turísticos a distancia.

A mayor abundamiento resulta obligado tener en cuenta que –en el seno de la distribución de competencias que operan la Constitución y los estatutos de autonomía- el turismo constituye una competencia exclusiva de las Comunidades autónomas³. En su examen de interpretación de la normativa existente –estatal y autonómica- el operador jurídico deberá integrar la normativa autonómica con la estatal, ya sea de carácter general o especial por afectar a la defensa de consumidores y usuarios, al turismo, al procedimiento de solución de conflictos... y todo ello sin olvidar las relaciones jurídicas entre el usuario final y la central electrónica de reservas turísticas, que obligarán a tener presente asimismo al derecho civil⁴.

Un análisis a las distintas leyes autonómicas en materia de turismo pone de relieve en toda su extensión que en este ámbito sectorial la Administración no dispensa ningún resquicio de protección al usuario que hace uso del componente tecnológico para contratar a distancia servicios turísticos, ni siquiera en las normas más recientes.

En efecto las Leyes de turismo abarcan desde 1994, la más temprana, hasta prácticamente las fechas presentes. En este tiempo las sensibilidades van cambiando, y prueba de ello es que existen normas que incorporan parámetros novedosos como la igualdad de género –Galicia se refiere en la ley 7/2011, de 27 de octubre, al usuario y usuaria de servicios turísticos- o el principio de no discriminación –artículos 11 y 17 de la ley gallega, art. 31 de la Ley Foral 7/2003, de 14 de febrero, de Turismo de Navarra, o el art. 12.2 de la Ley 14/2010, de 9 de diciembre, de Turismo de Castilla y León. En cambio el elemento de la contratación a distancia (en nuestro caso, por medios electrónicos) resulta completamente ajeno a la legislación turística, que se limita a enumerar los derechos del usuario turístico con carácter general.

³ BAUZÁ MARTORELL, F. J. <<Hacia una legislación básica en materia de turismo. A propósito de las centrales electrónicas de reservas turísticas>> *Diario La Ley* núm. 8319. Martes, 27 de mayo de 2014.

⁴ Un estudio exhaustivo sobre la naturaleza y el régimen jurídico de las centrales de reservas turísticas puede verse en MARTÍNEZ NADAL, A. <<Las centrales electrónicas de reservas turísticas: breves consideraciones acerca de su naturaleza jurídica y régimen jurídico>>. En TOBÍO RIVAS, A. M. (Coord), *Estudios de Derecho Mercantil. Libro homenaje al prof. J. A. Gómez Segade*. Marcial Pons. Madrid, 2013. Págs. 967 y ss.

En efecto, desde las más recientes a las más antiguas, las distintas leyes autonómicas se limitan a contemplar los derechos del usuario de servicios turísticos sin hacer referencia a la forma en que la contratación por medios electrónicos se lleva a cabo, en nuestro caso, entre presentes o entre ausentes. Así a modo de ejemplo, no dejan de ser ilustrativos los artículos 21 y 22 del Decreto Legislativo 1/2013, de 2 de abril, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley de Turismo de Aragón.

Este es el mismo esquema que siguen la mayoría de regulaciones autonómicas: el art. 42 de la Ley 12/2013, de 20 de diciembre, de Turismo de la Región de Murcia, art. 15 de la Ley 8/2012, de 19 de julio, de Turismo de las Illes Balears, art. 21 de la Ley 13/2011, de 23 de diciembre, de Turismo de Andalucía, art. 30 de la Ley 13/2002, de 21 de junio, de Turismo de Cataluña, art. 20 de la Ley 7/2001, de 22 de junio, de Turismo del Principado de Asturias, art. 6.1 de la Ley 2/2001, de 31 de mayo, de Turismo de La Rioja, arts. 22 y 23 de la Ley 5/1999, de 24 de marzo, de Ordenación del Turismo de Cantabria, el art. 17 de la Ley 3/1998, de 21 de mayo, de Turismo de la Comunidad Valenciana, o el art. 43 de la Ley 6/1994, de 16 de marzo, de Ordenación del Turismo del País Vasco.

Sin que constituyan una excepción respecto a la regla general de ausencia de previsiones sobre la contratación a distancia y en concreto por medios electrónicos, sí debe advertirse que algunas Comunidades contemplan en sus leyes sectoriales respectivas un plus adicional a los derechos genéricos con precisiones que pueden resultar de aplicación en el supuesto de contratación de servicios turísticos a través de centrales de reservas electrónicas. Así, Canarias, junto a los derechos que enumera el art. 15 de la Ley 7/1995, de 6 de abril, de Ordenación del Turismo, esta norma dedica sus respectivos preceptos al derecho a una información veraz (art. 16), a la calidad de los servicios (art. 17) y a la seguridad del usuario turístico (art. 18).

Por su parte Castilla La Mancha obliga en el art. 33 de su Ley 8/1999, de 26 de mayo, de Ordenación del Turismo, relativo a los deberes de los poderes públicos, a adoptar medidas necesarias para proteger los derechos e intereses del usuario turístico, procurando la máxima eficacia en la atención y tramitación de sus recursos. Madrid reconoce el derecho de los usuarios a formular reclamaciones en el art. 8 de la Ley 1/1999, de 12 de marzo, de Ordenación del Turismo, mientras que Extremadura en su Ley 2/2011, de 31 de enero, de desarrollo y modernización del Turismo, dedica su art. 12 a la protección de las

personas usuarias, al tiempo que reconoce en su art. 13.f el derecho del usuario a solicitar el auxilio de las Administraciones Turísticas.

En consecuencia de todo lo anterior, y sin perjuicio de la valoración final que se haga, en este punto podemos afirmar que la legislación autonómica en materia de turismo no contempla una protección específica para el consumidor final de servicios turísticos contratados a través de una central electrónica de reservas⁵.

3 CONTROL DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

3.1 CONTROL PRIVADO A TRAVÉS DE REDES SOCIALES

La irrupción y desarrollo de las nuevas tecnologías ha dado lugar a una suerte de control privado sobre la actividad (en este caso) turística, de manera que el control de los agentes públicos ha dejado de ser único y exclusivo, hasta el punto que en muchos casos una crítica de un usuario en un portal digital resulta más efectiva que una sanción administrativa⁶.

En este sentido pasan a convivir dos formas de control sobre la actividad turística: (1) la tradicional pública a través de la inspección turística (visitas de inspección, actas de comprobación, requerimientos y en su caso, denuncia ante el órgano competente para iniciar un procedimiento sancionador), y (2) el control privado en redes sociales, que comprende tanto las críticas de (2.1) usuarios que expresan una información (objetiva) o una opinión (subjetiva) derivada de su experiencia, o incluso comentarios de (2.2) terceros completamente ajenos que también pueden influir en portales digitales⁷.

⁵ *Vid.* un tratamiento más extenso de esta cuestión en BAUZÁ MARTORELL, F. J. <<Régimen jurídico administrativo aplicable al usuario final de servicios turísticos contratados a través de central electrónica de reservas>> *Actualidad Administrativa* núm. 4. Wolters Kluwer- La Ley. Abril de 2015.

⁶ Sobre los orígenes del control del poder político sobre el viajante, *vid.* SORIANO GARCÍA, J. E. <<Viajes y Derecho>>, en Congreso de Derecho Administrativo Turístico. Actas del I Congreso sobre Derecho Administrativo Turístico (Cáceres, 16 al 20 de octubre de 2000).

⁷ En efecto en este punto resulta obligado distinguir entre las páginas de los prestadores directos del servicio o de los intermediarios (OTAs, centrales electrónicas de reservas turísticas...) –que mantienen un control sobre sus medios y no permiten el acceso de terceros ajenos a la relación contractual- de aquellas otras páginas en las que un tercero que no haya sido usuario puede dejar un comentario (tripadvisor).

3.1.1 DEL INSPECTOR DE TURISMO AL USUARIO DE SERVICIOS TURÍSTICOS

En nuestro país las leyes autonómicas en materia de turismo definen al inspector de turismo como un empleado público, funcionario de carrera con régimen estatutario⁸, cuya función consiste en tomar nota de los hechos que presencia, levantar acta, y remitirla al órgano competente para iniciar un procedimiento administrativo sancionador⁹.

En este sentido, la actuación del inspector de turismo no se halla comprendida en el procedimiento administrativo, pero –siendo previa- sí excita el procedimiento¹⁰, que debe discurrir por todas sus fases, de inicio, instrucción y resolución¹¹. En cualquier caso, la actividad del inspector constituye un procedimiento administrativo en sí mismo considerado, independiente del sancionador que eventualmente le puede seguir, siendo de aplicación el régimen del valor probatorio de los hechos constatados por funcionarios a los que se reconoce la condición de autoridad y que se formalicen en documento público en los términos del art. 137.3 LRJ-PAC¹².

⁸ Esta cualidad es de suma importancia por cuanto la función del inspector se reduce fundamentalmente a levantar acta de los hechos que atestigua, dirigiendo su actividad a la prueba en el procedimiento administrativo. En consecuencia, por aplicación del art. 39 LPAC, deviene indispensable que sus actos sean administrativos para que gocen de presunción de veracidad. De lo contrario, de vincularse a la Administración a través de un contrato laboral, la carga de la prueba de los hechos constitutivos de infracción administrativa turística le correspondería a la Administración. *Vid.* CANO CAMPOS, T. *Presunciones y valoración legal de la prueba en el derecho administrativo sancionador*. Cuadernos Civitas. Thomson-Civitas. Madrid, 2008.

⁹ En Andalucía, por ejemplo, el Plan de Inspección Programada para 2016 se aprueba mediante Orden del Consejero de 18 de enero de 2016 (BOJA núm. 15, de 25 de enero de 2016), y se articula en torno a seis objetivos: supervisar, controlar y verificar el cumplimiento de la normativa turística y el correcto funcionamiento de las actividades y servicios; proceder a la detección de la prestación de servicios turísticos clandestinos; supervisar, controlar y verificar el destino de los fondos públicos concedidos en materia turística; garantizar el respeto a los derechos de las personas usuarias de los servicios turísticos; Informar y asesorar a las personas responsables de los servicios del ejercicio de sus derechos y del cumplimiento de sus obligaciones; y avanzar en la cualificación profesional de la Inspección de Turismo. Por su parte en Canarias la Ley 7/1995, de 6 de abril, de Ordenación del Turismo, atribuye en su art. 83 a la inspección turística las siguientes funciones: la constatación del cumplimiento de las obligaciones legales y reglamentarias de las empresas turísticas; la verificación de la existencia de infraestructuras y dotación de los servicios obligatorios, según la legislación turística; la obtención y canalización de información de cualquier clase relativa a la situación real del turismo en Canarias; velar por la igualdad en la aplicación de las normas relativas a establecimientos y actividades turísticas; y cualquier otra función inspectora que legal o reglamentariamente se le atribuya. En Baleares el art. 94 de la Ley 8/2012, de 19 de julio, de Turismo, también enumera las funciones que atribuye a la inspección de turismo.

¹⁰ En nuestro ordenamiento jurídico la Sentencia del Tribunal Supremo, Sala Tercera, de lo Contencioso-administrativo, Sección 5ª, de 26 de febrero de 1990, califica por vez primera a la denuncia como un acto de excitación del procedimiento sancionador. *Vid.* BAUZÁ MARTORELL, F. J. <<Habeas denuncia. Identidad del denunciante en el procedimiento sancionador>> *Revista General de Derecho Administrativo*. Iustel. 2015.

¹¹ Sobre la formalización de la función inspectora, *vid.* RAMALLO MIÑÁN, E. P. *Manual básico del Derecho Turístico*. Tecnos. Madrid, 2013. Pág. 28.

¹² La presunción de inocencia ha perdido en la Ley 39/2015 la regulación que contenía el art. 137 LRJ-PAC, pasando a reconocerse meramente como un derecho del interesado en el procedimiento administrativo (art. 53.2.b LPAC). CANO CAMPOS, T. <<La presunción de veracidad de las actas de inspección>> En DÍEZ SÁNCHEZ, J. J. *La función inspectora*. Asociación Española de Profesores de Derecho Administrativo. Instituto Nacional de Administración Pública. Actas del VIII Congreso de la Asociación Española de Profesores de Derecho Administrativo celebrado en Alicante los días 8 y 9 de febrero de 2013. Madrid, 2013. Págs. 223 y 224. Asimismo, sobre el valor

En consecuencia la función inspectora se halla comprendida dentro de una función más amplia, propia de la intervención administrativa, que consiste en la disciplina turística. En esta disciplina subyace la idea de control: el inspector se asegura del cumplimiento de la normativa sectorial y, en su caso, formula denuncia para iniciar un procedimiento administrativo que eventualmente finalice en una resolución sancionadora.

Sucedo que paralelamente, a raíz del desarrollo de las redes sociales, el empresario prestador de servicios turísticos se halla sometido a una función de control por parte del usuario. Un comentario publicado por un consumidor en un portal de intermediación como tripadvisor, booking, kayak... resulta más directo, rápido y efectivo que cualquier procedimiento sancionador.

No es novedosa la combinación de la inspección turística y las nuevas tecnologías, por cuanto la primera cada vez con mayor frecuencia hace acopio de la publicidad en páginas web de viviendas turísticas, para incluirlas en planes de inspección¹³ y hacer aflorar actividades opacas o sumergidas. En este sentido plataformas digitales como Airbnb, Tripadvisor, el idealista... -sin dejar de ser herramientas fundamentales para prestador y usuario de servicios turísticos- se han convertido en medios sumamente útiles para ejercer el control público sobre la actividad privada, porque son elementos que suministran información¹⁴.

probatorio de la información obtenida por la inspección, *vid.* REBOLLO PUIG, M. <<La actividad inspectora>> En DÍEZ SÁNCHEZ, J. J. *La función inspectora... op. cit.* Págs. 99 a 102.

¹³ Una referencia obligada en este punto es la Resolución de 22 de febrero de 2016, de la Dirección General de la Agencia Estatal de Administración Tributaria, por la que se aprueban las directrices generales del Plan Anual de Control Tributario y Aduanero de 2016. El eje número 4 de este Plan se refiere precisamente a la economía digital, admitiendo que la economía hoy ha adquirido nuevas formas y que la contratación de la prestación de bienes y servicios en ocasiones se ha reducido a un simple click del ratón de un ordenador. Por ello las actuaciones que se contemplan en el marco de este Plan van en una triple dirección: a) Captación de la información disponible en Internet con el objetivo esencial de proceder a efectuar una ordenación y sistematización de la misma, de cara a su explotación y análisis para su posterior incorporación a las bases de datos de la Administración Tributaria; b) Captación de indicios de éxito de las páginas de comercio electrónico, a través de la información que ofrecen empresas especializadas en análisis y valoración de páginas web y de la disponible en las redes sociales; c) Utilizando técnicas de análisis de las redes sociales, se analizarán las operaciones comerciales realizadas entre los distintos agentes económicos con el objetivo de identificar aquellos patrones de comportamiento que se corresponden con actividades defraudadoras (tramas carrusel, uso de testafierros etc). Una vez identificados los patrones de fraude, se utilizarán tanto para la selección como para la comprobación.

¹⁴ La plataforma Airbnb hizo público que sólo durante el Mobile World Congress se gestionaron arrendamientos de viviendas para nada menos que dieciocho mil personas sólo en Barcelona. Fuente El Confidencial, edición de 11 de marzo de 2015. Visitado el día 15 de noviembre de 2015.

En nuestro caso analizamos las plataformas digitales no tanto como un medio para ejercer un control administrativo, sino una alternativa (hasta cierto punto) a este último. Bien es cierto que los intereses que protegen una forma y otra de control no coinciden exactamente al cien por cien. A la Administración le preocupa el cumplimiento de la legalidad, y en cambio el usuario se ciñe a un elemento de comodidad (si las habitaciones son espaciosas), conveniencia (precio, proximidad a lugares de interés), adecuación a necesidades y gustos, o preferencias personales.

En efecto en este punto se observa una notable divergencia entre los objetivos de política legislativa de la Administración y las prioridades del usuario. La primera dicta reglamentaciones técnicas y normativa con unos estándares que la propia Administración considera de calidad y de modernización: por ejemplo, la superficie del espejo de piscina en función con las plazas hoteleras y el total de la parcela en la que se emplaza el establecimiento de alojamiento, la superficie de cada habitación en función de su categoría, la climatización de determinadas zonas comunes, el ancho de la escalera nuevamente según la clasificación, la diferenciación de una entrada para los clientes y otra accesoria para el equipaje...

Otra cosa es que este control administrativo sea el que verdaderamente importe al usuario, de manera que se verifique una brecha entre la oficialidad de la actividad turística y la realidad del tráfico jurídico y económico. En este sentido, una lectura a los comentarios que los usuarios publican en páginas web hace referencia a si la habitación es “espaciosa”, una apreciación subjetiva que no tiene por qué coincidir con el cumplimiento de los requisitos de superficie reglamentariamente establecidos. Por ello debemos admitir que los comentarios de los usuarios tienen un contenido diverso, comprendiendo tanto la descripción objetiva de un hecho, como la opinión subjetiva.

3.1.2 DEL LIBRO DE QUEJAS Y SUGERENCIAS A LAS REDES SOCIALES.

Con frecuencia los titulares de establecimientos turísticos realizan por su cuenta, para su propio conocimiento, encuestas de satisfacción, que les permiten tener conocimiento del grado de cumplimiento de las expectativas de los usuarios, así como anticiparse y evitar quejas formales. A diferencia del libro oficial de quejas y reclamaciones, estas encuestas obviamente no surten efectos frente a terceros y menos frente a la Administración, de manera que no derivan de las mismas un eventual procedimiento administrativo.

En cambio, el libro de quejas y reclamaciones es un libro o registro oficial, de obligada existencia en cualquier establecimiento turístico, ya sea regulado en legislación sectorial turística¹⁵ o con carácter general en materia de consumidores y usuarios¹⁶.

Así, la formulación de quejas se contempla en el ordenamiento jurídico como un derecho del usuario, que a su vez desencadena en su caso un procedimiento administrativo sancionador¹⁷. Y esa burocratización de la queja es lo que hace que pierda efectividad frente a un comentario libre y espontáneo vertido en la red. Por ejemplo: ¿cómo en el siglo XXI, con el desarrollo de la tecnología, las hojas de reclamaciones todavía son un juego por triplicado en modelo oficial, con tres colores distintos, uno para el usuario, otro para el establecimiento, y el tercero para la Administración turística? Al usuario le resulta mucho más sencillo publicar su queja en un portal digital. Otro ejemplo: ¿por qué se exige que, para formular formalmente una queja oficial en materia de precios, haya que haber satisfecho el precio que se considera abusivo? Dicho en otros términos: no es posible protestar ante un importe desproporcionado si el mismo no se abona religiosamente, extremo que carece por completo de sentido. En la red esa queja no presenta limitación alguna: la factura desproporcionada puede abonarse o no, y en cualquiera de ambos casos podrá denunciarse públicamente en un portal digital¹⁸.

¹⁵ Vid. los arts. 149 a 156 del Decreto 20/2015, de 17 de abril, de principios generales y directrices de coordinación en materia turística; de regulación de órganos asesores, de coordinación y de cooperación del Gobierno de las Illes Balears, y de regulación y clasificación de las empresas y establecimientos turísticos, dictado en desarrollo de la Ley 8/2012, de 19 de julio, de Turismo de las Illes Balears. (BOIB núm. 56, de 18 de abril de 2015).

¹⁶ Vid. la Orden de la Consejería de Administración Local y Relaciones Institucionales de 9 de febrero de 2015, por la que se regula la edición, distribución, comercialización e impresión de las Hojas de Quejas y Reclamaciones de las personas consumidoras y usuarias en Andalucía (BOJA núm. 35, de 20 de febrero de 2015).

¹⁷ Una vez recibida por la Administración Turística, se comunica al usuario en el plazo de diez días su recepción, se da traslado al titular del establecimiento turístico para que formule alegaciones y –en caso de que se considere que el hecho puede ser constitutivo de infracción turística– se remite al órgano competente para iniciar y resolver el procedimiento sancionador.

¹⁸ No puede dejar de citarse el eco mediático que en agosto de 2015 sufrió la factura de un restaurante de la playa de Illetes de Formentera por importe de 337'35 euros para dos comensales. La denuncia en las redes sociales se limitó a una fotografía del ticket con el lema “Tourist trap. Sin palabras” (Trampa para turistas. Sin palabras). Esta forma de denuncia se convirtió en viral y acabó en las portadas de toda la prensa nacional y extranjera, obligando al restaurante en cuestión a emitir un comunicado comprometiéndose a publicar con carácter previo el precio del pescado fresco. Sin ningún género de duda esta denuncia al margen de la Administración y de la inspección turística resultó ser infinitamente más efectiva que la solicitud del libro de reclamaciones y consiguiente formulación de una queja. El procedimiento hubiera consistido en trasladar la queja al restaurante, éste hubiera formulado alegaciones y las mismas se habrían remitido a los usuarios, archivándose a continuación el procedimiento. Sin embargo en las redes sociales en menos de un mes la noticia se había compartido por más de cuatro mil personas, sin perjuicio de su publicación en los medios.

Por todo lo anterior resulta obligado replantearse nuevamente el sentido y finalidad de los modelos de quejas y reclamaciones, cuya procedimentalización frente a la sencillez, inmediatez y efectividad de las redes sociales, ha convertido en un sistema prácticamente obsoleto. Deviene inexcusable desburocratizar la queja y reclamación oficial, contando con un modelo en la página web de la respectiva consejería de turismo, abandonando el modelo por triplicado en soporte papel. Este modelo debe recoger los datos de identificación del denunciante, en coherencia con los requisitos de la legislación básica en materia de procedimiento administrativo (art. 62 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas), la propia del establecimiento, así como la descripción de los hechos. Y ello sin que sea necesario el requisito de abonar la cuenta en las reclamaciones dinerarias.

Con esta queja digital a través del portal de la consejería de turismo (el órgano competente *ratione materiae* para desplegar su función de control), un simple click de ratón será suficiente para formularla. Esta aplicación debe hacer posible que el reclamante pueda imprimir el justificante de su envío, haciéndose responsable la Administración de comunicar la queja al establecimiento¹⁹.

3.2 CONTROL PÚBLICO DEL USO DE LAS REDES SOCIALES

A mayor abundamiento el desarrollo de la tecnología en el sector del turismo plantea la necesidad de desplegar mecanismos de control administrativo sobre prácticas que las redes sociales hacen posible y que –estando necesitadas de corrección- escapan al control tradicional.

Nos referimos básicamente a la posibilidad de los prestadores de servicios turísticos de incidir en la libertad del usuario para publicar comentarios sobre el servicio recibido, la necesidad de que las opiniones no sean fraudulentas²⁰.

¹⁹ Así, se suple la necesidad de contar con un modelo en papel con tres copias, una para la Administración, otra para el establecimiento y la tercera para el usuario.

²⁰ Directamente relacionado con la intervención administrativa, otro problema jurídico de suma actualidad que la incorporación de las redes sociales al turismo está ocasionando, consiste en el control de la actividad.

En efecto los medios de comunicación ponen de relieve cómo existen portales de viviendas turísticas en los que más de un 30 por 100 de sus usuarios tienen más de un anuncio (*Vid.* el artículo <<La impunidad reina en Airbnb>> publicado en el periódico *El País* en su edición de 30 de agosto de 2015). Parte de esta explicación reside en que determinados arrendatarios de inmuebles (bajo el régimen del arrendamiento de vivienda) comercializan el alojamiento a viajeros y turistas, sin que en ocasiones tengan conocimiento de ello los mismos propietarios de los inmuebles, con

3.2.1 LIBERTAD DE OPINIÓN DE LOS USUARIOS

Los usuarios de un determinado servicio, que expresan su opinión en una página web sobre la calidad del servicio recibido, se hallan amparados por el elemental derecho fundamental de expresión, protegido al más alto nivel en nuestro ordenamiento jurídico en el art. 20 CE. De ahí que, en consecuencia, tanto en un canal propio del titular del establecimiento turístico (su propia página web), como en el de un tercero (un buscador), esta opinión –aunque negativa- deba respetarse siempre que sea conforme a Derecho y a la buena fe, o –según la jurisprudencia constitucional- supere el canon de veracidad de la información, que la STC 115/2000 define como un estándar de comportamiento exigible del informador, que le impone un deber de comprobación responsable y diligente de los hechos divulgados mediante su contraste con datos objetivos.

Al margen de las estrictas relaciones de derecho privado entre el prestador y el usuario del servicio turístico, desde el punto de vista de la intervención administrativa, que es lo que analizamos en este artículo, interesa destacar que la Administración turística poco tiene que hacer en este punto, siendo el conjunto de poderes públicos quienes deberán velar por la garantía y defensa de este derecho.

beneficios superiores al 150 por 100, muchas veces sin cumplir requisitos legal o reglamentariamente exigidos y casi nunca tributando por esta actividad. Alquilan inmuebles a largo plazo como vivienda conforme a la Ley de Arrendamientos Urbanos, los arrendatarios formales no los ocupan nunca, y en cambio explotan los inmuebles con estancias cortas a través de los portales turísticos.

Lejos de ser un dato meramente anecdótico, la deriva del arrendamiento hacia la vivienda turística vacacional vuelve a arrojar el difícil encaje de la intervención administrativa específica en materia de turismo, todo ello sin tener en cuenta otros problemas colaterales de seguridad ciudadana, ruidos, civismo y orden público. Uno de los ejemplos más repetidos en los medios del fraude del arrendamiento es el del barrio de La Barceloneta, que ha protagonizado grandes portadas y titulares en los últimos tiempos, ante la pasividad de la Administración turística.

Aquí se verifica una de las grandes paradojas del derecho público de nuestro tiempo (Tomamos prestada la expresión del profesor Alejandro Nieto, quien ya en 1975 se planteaba cuál debía ser la respuesta del derecho administrativo en la relación jurídica entre la Administración Pública y el ciudadano. *Vid.* NIETO, A. <<La vocación del Derecho Administrativo de nuestro tiempo>> *Revista de Administración Pública* núm. 76. Centro de Estudios Políticos y Constitucionales. Madrid, Enero-abril 1975. Págs. 9 a 30): aquellos operadores jurídico-económicos que actúan cumpliendo el derecho positivo se encuentran sometidos a continuas inspecciones y sanciones de la Administración. Por el contrario, la fortuna favorece a quien operan al margen del ordenamiento jurídico. Para ellos el procedimiento sancionador sencillamente no existen porque no se encuentran dados de alta en determinados registros, porque en definitiva “no existen” para la Administración.

Ante la problemática que estas prácticas de alquileres sucesivos generan a los vecinos, la Administración turística vuelve a estar completamente ausente, remitiendo cualquier denuncia a la policía local, ya sea por afectar a la seguridad ciudadana, o al ruido. El artículo 25.2.b de la Ley 7/1985, de 2 de abril, reguladora de las Bases del régimen local, atribuye a todos los municipios, independientemente de su población, la competencia de la contaminación acústica, en el contexto más amplio del medio ambiente. Esta mención expresa a la contaminación acústica deriva del art. 1.8 de la Ley 27/2013, de 27 de diciembre, de racionalización y sostenibilidad de la Administración Local. Sin embargo, resulta claramente deseable un plan de inspección en estos casos, pudiéndose valer la inspección de turismo de los medios digitales para investigar la infracción y asegurar al infractor. Ciertamente, si las plataformas digitales anuncian la oferta de estas viviendas turísticas, la Administración turística dispone de un instrumento certero para analizar si se cumplen los requisitos mínimos y estándares de calidad para poder prestar un servicio de alojamiento.

En este sentido, en caso de que el titular del establecimiento en cuya página web se vierta la opinión negativa, decidiera eliminarla, el usuario queda desamparado en su posibilidad de formular comentarios en ese particular canal. En todo caso podrá acudir a otras plataformas digitales para reproducir su comentario y añadir que el mismo desapareció del portal del titular del establecimiento turístico. Curiosamente, así como se reconoce el derecho al olvido en la publicación de informaciones en las redes, difícilmente una suerte de derecho al recuerdo podría obligar a que el propietario de la página web recupere una crítica que eliminó.

En este punto se plantea el alcance de este derecho fundamental. La libertad de expresión es un derecho no de prestación, sino de libertad, al decir del Tribunal Constitucional, de los que garantizan una acción de su titular (expresar opiniones), o su contrario, la decisión de no hacerlo (STC 153/2000)²¹. En este caso concreto el propietario de una página web no atenta ni impide la libertad de expresión del usuario, que puede formular las críticas en otro medio, sino que simplemente le impide hacerlo en medios de su titularidad (su propio portal). De ahí que cueste imaginar que pueda prosperar una demanda ante la jurisdicción civil solicitando una obligación de hacer consistente en hacerle publicar de nuevo al prestador de un servicio turístico en su página web la crítica de un usuario que eliminó por ser negativa.

En segundo lugar el propietario no puede penalizar al usuario que vierte opiniones negativas en un portal turístico. MARTÍNEZ NADAL analiza los supuestos –muy excepcionales- de establecimientos de alojamiento hotelero que incorporan a su página web la advertencia de penalizaciones (importes descontados de su tarjeta de crédito) por cada comentario negativo que aparezca en una página web, extremo claramente abusivo desde el punto de vista contractual.

Por último habrá que plantearse qué responsabilidad jurídica asume el portal turístico que publica un comentario negativo, en caso de que genere un daño al prestador que éste no tenga la obligación jurídica de soportar²².

²¹ CASAS BAAMONDE, M. E. –RODRÍGUEZ-PIÑERO Y BRAVO-FERRER, M. *Comentarios a la Constitución Española*. Wolters Kluwer. Madrid, 2008. Pág. 484.

²² Estos dos últimos escenarios son objeto de tratamiento *in extenso* en MARTÍNEZ NADAL, A. <<Reputación online de las empresas de alojamiento turístico y publicación por terceros de informaciones negativas (reviews)>> En AAVV. *Estudios sobre el futuro Código Mercantil. Libro homenaje al profesor Rafael Illescas Ortiz*. Universidad Carlos III

En cuanto tercero de la relación contractual entre el prestador y el usuario del servicio turístico, el portal no asume ninguna responsabilidad por la publicación de los comentarios negativos por cuanto un comentario (positivo o negativo) no deja de ser una información amparada de nuevo en la libertad de expresión de quien realiza esa afirmación. La posición jurídica del portal no deja de ser la de un mero soporte de documentación que publica una información netamente lícita, por mucho que lesione la reputación social del establecimiento turístico. En este sentido el art. 14 de la Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico se refiere a la intermediación y excluye la responsabilidad por la información transmitida a los operadores de redes de telecomunicaciones y proveedores de acceso a una red de telecomunicaciones que presten un servicio de intermediación que consista en transmitir por una red de telecomunicaciones datos facilitados por el destinatario del servicio o en facilitar acceso a ésta, salvo que ellos mismos hayan originado la transmisión, modificado los datos o seleccionado éstos o a los destinatarios de dichos datos, y sin que constituya modificación la manipulación estrictamente técnica de los archivos que alberguen los datos,

3.2.2 LUCHA CONTRA EL FRAUDE DE LAS OPINIONES DE LOS USUARIOS

Frente a las indudables ventajas que las redes sociales ofrecen en el campo del turismo, no puede desdeñarse un uso torticero de la tecnología al amparo de su capacidad de difusión: nos referimos por un lado a los comentarios sencillamente falsos, con un ánimo de perjudicar o causar daños; y por otro, al plus de antijuridicidad consistente en chantajear a los titulares de establecimientos turísticos con descuentos en los servicios turísticos a cambio de no publicar comentarios negativos. En estos casos ya no estamos ante comentarios negativos falsos, sino propiamente ante acciones denigratorias que van más allá de la mera queja o crítica, que persiguen un fin distinto para caer de lleno en el ámbito del derecho penal.

de Madrid. Getafe, 2015. Págs. 455 a 470. Este capítulo de libro colectivo forma parte del proyecto de investigación Turismo y nuevas tecnologías; en especial el régimen jurídico de las denominadas centrales electrónicas de reservas turísticas (DER 2012-32063) financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad. Una versión de este trabajo, más completo y actualizado puede verse en MARTÍNEZ NADAL, A. <<Publicación en páginas web de valoraciones falsas con incidencia en la reputación digital de los empresarios de alojamiento: ¿una práctica desleal?>> *Revista de Derecho Mercantil* núm. 297. Julio/septiembre, 2015. Págs. 139 a 169.

Nuevamente en este ámbito la Administración turística se encuentra totalmente ausente, de manera que a la víctima de tales prácticas no le queda otra opción que denunciar ante las fuerzas y cuerpos de seguridad o directamente ante los Tribunales de Justicia, ya sea la amenaza o la coacción en el primer caso (artículos 169 y 172 del Código Penal), o bien daños al honor (Ley Orgánica 1/1982, de 5 de mayo, sobre protección civil del derecho al honor, a la intimidad personal y familiar y la propia imagen).

Mención especial por su dificultad merecen las injurias y calumnias, tipificadas en el art. 205 y ss CP con una sanción mayor cuando se realizan con publicidad. La injuria se define como la acción o expresión que lesionan la dignidad de otra persona, menoscabando su fama o atentando contra su propia estimación (art. 208), mientras que la calumnia consiste en la imputación de un delito hecha con conocimiento de su falsedad o temerario desprecio hacia la verdad (art. 205). Estos dos tipos penales presentan la dificultad añadida de considerarse delitos privados, lo que se traduce en la necesidad de cumplir los presupuestos procesales del art. 215 CP (querrela de la persona ofendida o su representante legal, no siendo suficiente una denuncia), así como del art. 804 LECrim (no se admitirá la querrela si no se presenta certificación de haber celebrado el querellante un acto de conciliación con el querrellado, o de haberlo intentado sin efecto). A tenor del art. 140 de la Ley 15/2015, de 2 de julio, de la Jurisdicción Voluntaria, la competencia para conocer el acto de conciliación el Juzgado de Primera Instancia del domicilio del autor de los hechos.

Siendo así que en muchas ocasiones la comisión de una eventual injuria o calumnia en un portal digital se ampara en el anonimato o en un nombre falso, no es difícil deducir cómo en muchos casos estas infracciones resultan impunes²³, dejando a la víctima (en nuestro caso, el prestador de servicios turísticos) abandonada a su suerte. Por ello debe recomendarse la reforma del art. 804 LECrim, cuya redacción podía tener sentido en tiempos de su redacción original (1882), pero que hoy día en un entorno digital se ha convertido en una traba procesal²⁴.

²³ En algún caso la jurisprudencia sí ha admitido la denuncia para perseguir estos delitos, al considerar que el requisito de la querrela puede ser de imposible cumplimiento. Nos referimos al Auto de la Audiencia Provincial de Madrid de 26 de mayo de 2009.

²⁴ LÓPEZ, J. <<Insultos online, ¿soluciones offline?>> *Actualidad Jurídica Aranzadi* núm. 912. 16 de octubre de 2015. Pág. 9.

En ambos casos las posibilidades de que una acción penal o civil prospere son en consecuencia relativas: en el ámbito penal porque se considera la *ultima ratio* y sólo en casos especialmente gravosos podrá condenarse al huésped del hotel que lleve a cabo esta práctica. No se olvide que pocas veces el titular del establecimiento podrá probar la extorsión, abocándose las diligencias previas al sobreseimiento y archivo, todo ello en caso de que se haya admitido a trámite la querrela.

Por su parte en sede civil una demanda por daños al honor del prestador de servicios turísticos se topará con la libertad de expresión del usuario, que por razones obvias se amparará en este derecho fundamental para publicar comentarios negativos, volviendo a recaer en los medios de prueba la veracidad o falsedad de tales comentarios.

En derecho comparado no puede dejar de citarse la Sentencia del Tribunal Superior Regional Hanseático de 18 de enero de 2012 (312 O 429/09 LG Hamburgo), que resuelve el recurso frente a la Sentencia del Landgericht Hamburg, Sala de lo Civil 12, de 25 de enero de 2011 (312 O 429/09). En concreto en este procedimiento se admite –con base en los parágrafos 823 (derecho a reclamar daños por difamación) y 1004 (reclamación para cesar en una acción) del BGB alemán- el derecho de un hotelero a obligar a Trip Advisor a que reitere comentarios falsos de clientes sobre el servicio prestado, distinguiendo con buen criterio los comentarios falsos de la simple crítica objetiva.

Esta Sentencia alemana hace especial hincapié en la *exceptio veritatis* o canon de veracidad de la información publicada, criterio del que también hace acopio la jurisprudencia de la Sala Primera del Tribunal Supremo español como estándar para apreciar intromisión ilegítima (*vid.* por todas la STS, Sala Primera, de lo Civil, 658/2009, de 20 de octubre de 2009; rec. 740/2006).

En ambos casos, ya sea en sede penal o civil, la responsabilidad se ciñe al usuario que formula tales comentarios fraudulentos, sin que sea exigible al portal digital que los publica siempre que no tenga conocimiento de su ilicitud²⁵.

²⁵ El portal web no participa del fraude cometido con el comentario falso, sino que su papel jurídicamente se reduce al de prestador de servicios de alojamiento o almacenamiento de datos. En tales casos el art. 16 de la Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico, exime de responsabilidad a los prestadores de un servicio de intermediación consistente en albergar datos proporcionados por el destinatario de este

Si esto es así y las acciones que en Derecho asisten al prestador del servicio son de escasa virtualidad, basta apreciar cómo en ocasiones son las mismas redes sociales las que operan como factor de corrección, contestando el prestador del servicio turístico con especial contundencia en el mismo portal digital donde se ha publicado una crítica falsa, hasta el punto de que en ocasiones el usuario ha eliminado la crítica²⁶.

Es curioso en este sentido que las leyes autonómicas de turismo recogen con carácter general una relación de derechos y obligaciones tanto de los usuarios como de los prestadores de servicios turísticos, si bien el régimen sancionador se proyecta exclusivamente sobre estos últimos, siendo inexistente la exigibilidad a los usuarios de sus deberes.

La crítica que merece hacerse en este punto consiste en la desigualdad en el intervencionismo administrativo, su carácter asimétrico entre los usuarios y los prestadores, pensando que sólo estos últimos pueden cometer infracciones y que los primeros sólo pueden ser víctimas de abusos. Por ello resulta recomendable revisar los textos legales en materia de turismo para crear –en la era del soporte digital– un tipo infractor para el usuario abusivo, al tratarse este abuso de una cuestión de interés general que, como venimos diciendo, trasciende la relación meramente contractual.

servicio, por la información almacenada a petición del destinatario, siempre que o bien no tengan conocimiento efectivo de que la actividad o la información almacenada es ilícita o de que lesiona bienes o derechos de un tercero susceptibles de indemnización, o si lo tienen, actúen con diligencia para retirar los datos o hacer imposible el acceso a ellos. Lógicamente esta exención de responsabilidad desaparece desde el momento en que la ilicitud de los datos ha sido declarada por un órgano competente, ordenando su retirada o imposibilitando su acceso, o se hubiere declarado la existencia de una lesión.

²⁶ Tal es el caso de la cocinera Estrella Michelin Macarena de Castro. En agosto de 2015 una cliente de su restaurante Jardín, del Puerto de Alcudia (Mallorca) publica en Trip Advisor el siguiente comentario: “Esta Estrella Michelin no está a la altura. Relación calidad-precio: una estafa”. Al día siguiente la chef publicó en la misma red la siguiente réplica: “eligieron el menú de 14 platos (...) y se bebieron más de tres botellas”, apuntando que “creemos que le daban más importancia a acabarse la copa y que les fuera rellenada, que al plato que tenían delante (...) al finalizar la comida nos dimos cuenta de que faltaba una lágrima de cristal de Menestralia decorativa, exclusiva e irremplazable”, y que tras preguntar a su acompañante “usted la devolvió” (...) “Insistieron más de una vez que le invitáramos a un gin tonic. La invitación es una deferencia de la casa, no una obligación. Eso fue antes de que se descalzara y se quedara dormida tumbada en el sofá justo a la puerta del restaurante. Permítame decirle que esto nos dio vergüenza ajena”. Lo determinante para el caso que nos ocupa es que esta usuaria eliminó su comentario.

4 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES DE LEGISFERENDA

A las transformaciones del derecho público en general de las últimas décadas hay que sumar indudablemente las específicas del derecho público del turismo, propiciadas fundamentalmente por las nuevas tecnologías.

Esta situación obliga a replantear el alcance y límites de la intervención administrativa básicamente en tres ámbitos distintos:

1.- Desde el punto de vista normativo, la competencia autonómica exclusiva genera en nuestro país verdaderas disfunciones, que podrían corregirse con legislación estatal básica que –al amparo del art. 149.1.18 CE- fuera capaz de armonizar la regulación de diferentes instituciones de derecho del turismo, como por ejemplo, las centrales electrónicas de reservas turísticas, hoy sometidas a regímenes sustancialmente distintos.

2.- Por otro lado y desde el prisma de la protección del usuario de los servicios turísticos, también resulta obligado dictar normas que protejan específicamente a este usuario, que a día de hoy se somete a regímenes generales de consumidores y usuarios que no siempre contemplan las singularidades de los servicios turísticos contratados electrónicamente.

3.- Por último, el control administrativo debe de hacerse extensivo a instrumentos tecnológicos que permiten a usuarios (y a no usuarios en algunos casos) influir en la contratación de servicios turísticos con comentarios que pueden no ser ciertos, o que pueden tener su origen en meras opiniones subjetivas distorsionantes.

Ciertamente el legislador no puede mostrarse ni inmóvil ni insensible frente a los cambios acelerados que experimenta la relación jurídico-administrativa en el ámbito del turismo, resultando indispensable una regulación más allá de los estereotipos tradicionales de las diez y siete leyes turísticas españolas (Administración turística, alojamiento, oferta complementaria, mediación, transporte turístico, infracciones y sanciones) para entrar de lleno a diseñar un régimen jurídico claro para situaciones que han aflorado en los últimos años como consecuencia de las nuevas tecnologías. La confluencia de Turismo, Derecho y tecnología demandan esta regulación en pleno siglo XXI.

BIBLIOGRAFÍA

- BAUZÁ MARTORELL, F. J. <<Habeas denuncia. Identidad del denunciante en el procedimiento sancionador>> *Revista General de Derecho Administrativo*. Iustel. Octubre, 2015.
- BAUZÁ MARTORELL, F. J. <<Régimen jurídico administrativo aplicable al usuario final de servicios turísticos contratados a través de central electrónica de reservas>> *Actualidad Administrativa* núm. 4. Wolters Kluwer- La Ley. Abril de 2015.
- BAUZÁ MARTORELL, F. J. <<Hacia una legislación básica en materia de turismo. A propósito de las centrales electrónicas de reservas turísticas>> *Diario La Ley* núm. 8319. Martes, 27 de mayo de 2014.
- BAUZÁ MARTORELL, F. J. <<Jurisdicción y autorregulación. Los consejos reguladores de las denominaciones de origen>> En SORIANO GARCÍA, J. E. (Dir.) *Por el Derecho y la libertad. Libro homenaje al Profesor Juan Alfonso Santamaría Pastor*. Vol. II. Iustel.
- BAUZÁ MARTORELL, F. J. <<Régimen jurídico administrativo aplicable al usuario final de servicios turísticos contratados a través de central electrónica de reservas>> *Actualidad Administrativa* núm. 4. Abril de 2015.
- BAUZÁ MARTORELL, F. J. <<Declaración responsable y comunicación previa. Consideraciones críticas del procedimiento administrativo a raíz de la Ley Ómnibus>>. *Diario La Ley* núm. 7419. 8 de junio de 2010.
- CANO CAMPOS, T. <<La presunción de veracidad de las actas de inspección>> En DÍEZ SÁNCHEZ, J. J. *La función inspectora*. Asociación Española de Profesores de Derecho Administrativo. Instituto Nacional de Administración Pública. Actas del VIII Congreso de la Asociación Española de Profesores de Derecho Administrativo celebrado en Alicante los días 8 y 9 de febrero de 2013. Madrid, 2013.
- CANO CAMPOS, T. *Presunciones y valoración legal de la prueba en el derecho administrativo sancionador*. Cuadernos Civitas. Thomson-Civitas. Madrid, 2008.
- CASAS BAAMONDE, M. E. –RODRÍGUEZ-PIÑERO Y BRAVO-FERRER, M. *Comentarios a la Constitución Española*. Wolters Kluwer. Madrid, 2008.
- CEBALLOS MARTÍN, M. M. –PÉREZ GUERRA, R. <<La configuración del Derecho del Turismo autonómico español en el ordenamiento jurídico administrativo-constitucional>> *Revista Aragonesa de Administración Pública* núm. 35. 2009.
- CORCHERO, M. *Derecho del Turismo. Conceptos fundamentales*. Iustel. Madrid, 2008.
- FERNÁNDEZ RODRÍGUEZ, C., *Derecho administrativo del Turismo*. Marcial Pons. 6ª edición. 2013.
- GALLARDO CASTILLO, M. J. <<La distribución constitucional de competencias en materia de turismo y su tratamiento en las Leyes Autonómicas: su promoción y ordenación>> *Documentación Administrativa* núms. 259-260. 2001.
- GARCÍA MACHO, R. – RECALDE CASTELLS, A. (Directores) *Lecciones de Derecho del Turismo*. Tirant lo Blanch. Valencia, 2000.

- LÓPEZ, J. <<Insultos online, ¿soluciones offline?>> *Actualidad Jurídica Aranzadi* núm. 912. 16 de octubre de 2015.
- MARTÍN-RETORTILLO BAQUER, L. Prólogo al libro de Omar BOUAZZA ARIÑO, *Ordenación del territorio y turismo: un modelo de desarrollo sostenible del turismo desde la ordenación del territorio*. Atelier. Barcelona, 2006. Recogido como capítulo 45, <<Turismo y Territorio>> en el compendio de prólogos *Del Derecho administrativo de nuestro tiempo*. Civitas –Thomson Reuters. Madrid, 2010.
- MARTÍNEZ NADAL, A. <<Las centrales electrónicas de reservas turísticas: breves consideraciones acerca de su naturaleza jurídica y régimen jurídico>>. En TOBÍO RIVAS, A. M. (Coord), *Estudios de Derecho Mercantil. Libro homenaje al prof. J. A. Gómez Segade*. Marcial Pons. Madrid, 2013.
- MARTÍNEZ NADAL, A. <<Reputación online de las empresas de alojamiento turístico y publicación por terceros de informaciones negativas (reviews)>> En AAVV. *Estudios sobre el futuro Código Mercantil. Libro homenaje al profesor Rafael Illescas Ortiz*. Universidad Carlos III de Madrid. Getafe, 2015.
- MARTÍNEZ NADAL, A. <<Publicación en páginas web de valoraciones falsas con incidencia en la reputación digital de los empresarios de alojamiento: ¿una práctica desleal?>> *Revista de Derecho Mercantil* núm. 297. Julio/septiembre, 2015.
- PACHECO CAÑETE, M. <<La protección del consumidor una vez perfecto el contrato en las ventas de productos a distancia a través de internet>>. *Diario La Ley* núm. 5148. 2000.
- PÉREZ FERNÁNDEZ, J. M. (Director) *Derecho Público del Turismo*. Thomson-Aranzadi. Cizur Menor, 2004.
- PÉREZ GUERRA, R. <<La intervención administrativa en el sector turístico español: la política turística>> *Revista Aragonesa de Administración Pública* núm. 43-44. Zaragoza, 2014.
- RAMALLO MIÑÁN, E. P. *Manual básico del Derecho Turístico*. Tecnos. Madrid, 2013.
- RAVIER, A. O. *La Escuela Austríaca desde adentro*. Unión Editorial. Madrid, 2011.
- REBOLLO PUIG, M. <<La actividad inspectora>> En DÍEZ SÁNCHEZ, J. J. *La función inspectora*. Asociación Española de Profesores de Derecho Administrativo. Instituto Nacional de Administración Pública. Actas del VIII Congreso de la Asociación Española de Profesores de Derecho Administrativo celebrado en Alicante los días 8 y 9 de febrero de 2013. Madrid, 2013.
- ROCA ROCA, E. <<Administración Pública y Turismo>> *Documentación Administrativa* núm. 259-260. 2001.
- SORIANO GARCÍA, J. E. <<Evolución del concepto <<relación jurídica>> en su aplicación al derecho público>> *Revista de Administración Pública* núm. 90. Centro de Estudios Políticos y Constitucionales. Madrid, Septiembre/diciembre 1979.
- SORIANO GARCÍA, J. E. <<Regulación e intervención administrativa: algunas lecciones jurídicas sobre la crisis económica>> *El Cronista del Estado Social y Democrático de Derecho* núm. 19. Iustel. Madrid, 2011.

SORIANO GARCÍA, J. E. <<Viajes y Derecho>>, en Congreso de Derecho Administrativo Turístico. Actas del I Congreso sobre Derecho Administrativo Turístico (Cáceres, 16 al 20 de octubre de 2000).

TUDELA ARANDA, J. <<Unas reflexiones dinámicas sobre la distribución de competencias entre el Estado y las Comunidades Autónomas>>, en MELGOSA ARCOS, F. J. (Coord.) *Derecho y Turismo*. Universidad de Salamanca. 2004.