



## EL RÉGIMEN JURÍDICO DE LAS EMPRESAS DE INTERMEDIACIÓN TURÍSTICA EN CHILE \*

*The legal regime of tourism intermediation companies in Chile*

*Ao regime jurídico das empresas de intermediação turística no Chile*

Isnel Martínez Montenegro\*\*

Académico de la Universidad Católica de Temuco  
y de la Universidad de las Américas, Chile

*Recepción: 18 de julio de 2021. Aceptación: 29 de enero de 2022*

DOI: <http://dx.doi.org/10.21017/Rev.Repub.2022.v32.a116>

### RESUMEN

La fundamentación doctrinal y comparada del régimen jurídico de las empresas de intermediación turística en Chile puede contribuir a lograr una mejora en el funcionamiento de la actividad económica turística. De la misma manera, esta logra un soporte bibliográfico actualizado y con el nivel científico requerido, desde la perspectiva jurídica, y sirve de herramienta de consulta para el análisis y la resolución de problemáticas que se presenten a los especialistas y operadores jurídicos que participan en estos procesos de comercialización de esta industria. Al mismo tiempo, se aspira a realizar un abordaje sobre el régimen jurídico de las empresas de intermediación turística y sus distintas modalidades, problemáticas jurídicas, cognitivas y normativas que se plantean de acuerdo con sus diferentes clasificaciones y funcionamientos. Por otra parte, hay que considerar que muchos de los avances científicos tienen una repercusión directa en esta actividad económica, por lo que finalmente, para la comercialización del producto turístico nacional, suelen intervenir una pluralidad de sujetos en este mercado tan heterogéneo que son fuentes de numerosos conflictos jurídicos y su análisis en gran medida es el logro de este estudio.

\* Artículo producto de investigación.

\*\* Doctor en Derecho, Ciencias Políticas y Criminología de la Universidad de Valencia, España (2018) Evaluación Cum Laude. Magíster en Administración de Empresas de la Universidad de Matanzas, Cuba (2014). Magíster en Derecho de la Economía de la Universidad de La Habana, Cuba (2016). Licenciado en Derecho. Académico de Derecho. Departamento de Ciencias Jurídicas. Facultad de Ciencias Jurídicas, Económicas y Administrativas. Universidad Católica de Temuco. Académico de la Facultad de Derecho de la Universidad de las Américas, Santiago de Chile, Chile. Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-0322-1071>. Correo electrónico: [imartinez@uct.cl](mailto:imartinez@uct.cl)

**Palabras clave:** empresas de intermediación turística, derecho del turismo.

## ABSTRACT

The doctrinal and comparative foundation of the legal regime of tourism intermediation companies in Chile can contribute to achieving an improvement in the functioning of tourist economic activity. In the same way, an updated bibliographic support will be achieved with the required scientific level, from the legal perspective and will serve as a consultation tool for the analysis and resolution of problems that are presented to the specialists and legal operators who participate in these processes of marketing of this industry. At the same time, it aims to carry out an approach on the legal regime of tourism intermediation companies and their different modalities, legal, cognitive and regulatory problems that arise according to their different classifications and operation. On the other hand, it must be considered that many of the scientific advances have a direct impact on this economic activity, so that finally, for the commercialization of the national tourism product, a plurality of subjects usually intervene in this heterogeneous market that they are sources of numerous Legal conflicts and their analysis are largely the achievement of this study.

**Key words:** tourism intermediation companies, tourism law.

## RESUMO

A fundamentação doutrinária e comparativa do regime jurídico das empresas de intermediação turística no Chile pode contribuir para a melhoria do funcionamento da atividade econômica turística. Da mesma forma, será alcançado um suporte bibliográfico atualizado com o nível científico necessário, do ponto de vista jurídico e servirá como instrumento de consulta para a análise e resolução dos problemas que se apresentam aos especialistas e operadores jurídicos que participam nestes processos. de marketing desta indústria. Paralelamente, pretende proceder a uma abordagem sobre o regime jurídico das empresas de intermediação turística e suas diferentes modalidades, problemas jurídicos, cognitivos e regulatórios que surjam de acordo com as suas diferentes classificações e funcionamento. Por outro lado, deve-se considerar que muitos dos avanços científicos têm um impacto direto nesta atividade econômica, de modo que finalmente, para a comercialização do produto turístico nacional, uma pluralidade de sujeitos costuma intervir neste mercado heterogêneo que são. fontes de numerosos conflitos jurídicos e suas análises são em grande parte a realização deste estudo.

**Palavras chave:** empresas de intermediação de turismo, direito do turismo.

## INTRODUCCIÓN

La Organización Mundial del Turismo (2019) registró 1.500 millones más de llegadas de turistas internacionales en el mundo, con un incremento del 4% en la actividad turística, en relación al año 2018; lo cual provocó un impacto significativo en la sociedad mundial. En efecto, la actividad turística fundamentada alrededor del viaje y la estancia de las personas, fuera del lugar de su residencia, es una de las principales fuentes de generación de riquezas y de empleo en el orbe.

Es indudable que esta actividad juega un rol fundamental en la sociedad, pues en el contexto de Chile representa un pilar fundamental y constituye un motor de crecimiento económico. En el país es el cuarto sector económico en importancia y representa el 3,2% de los ingresos a nivel nacional (equivalentes a 2.357 millones de dólares solo por concepto del turismo receptivo). De este modo, se sitúa por delante de otras industrias nacionales de importancia para la economía nacional como la vitivinícola, la forestal y la salmonera (World Tourism Organization, 2011). En razón de las actividades ligadas al turismo interno, se estima que este genera aproximadamente USD 11 mil millones de los ingresos para Chile (Estrategia Nacional de turismo de Chile, 2020, p. 22).

La actividad turística en Chile logró crecimiento y estabilidad en los últimos años, aunque en el 2020 se vio afectada por la crisis social que sufrió la nación a finales del 2018 y por la emergencia sanitaria provocada por la Covid -19. Estos acontecimientos la obligaron a realizar un reordenamiento de la actividad turística y a repensar la industria a nivel nacional. Es decir, una industria capaz de contribuir, en un futuro inmediato, con su propia recuperación, donde la profesionalización de sus operadores juega un papel trascendental.

La Subsecretaría de Turismo dependiente del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo de Chile publicó el informe mensual Barómetro de Turismo para enero de 2021, reporte que incluye los principales datos del sector y el impacto que tuvo la crisis social de octubre de 2019 que arrojó una baja en al menos 12 % para el año 2020 y de la pandemia por Covid-19 en la industria turística nacional.

De acuerdo con los datos del barómetro, 1.122.858 turistas internacionales ingresaron en el país en 2020; cabe recordar que por razones sanitarias las fronteras nacionales permanecieron cerradas para extranjeros entre el 18 de marzo y el 23 de noviembre, plazo en el que el ingreso de foráneos con motivos turísticos fue igual a cero. Esta cifra equivale a una disminución del 75,1% respecto al año anterior; es decir, 3.395.104 turistas menos que en 2019. La caída se explica, naturalmente, por la crisis sanitaria que atraviesa Chile y el mundo (Barómetro de Turismo de Chile, 2021).

Tal como se expresa en el mensaje de la Ley 20.423 de Turismo, en Chile esta actividad, como ninguna otra, requiere del apoyo de una infraestructura turística nacional, institucionalidad pública, desarrollo del mercado interno, con normas claras para su funcionamiento, y sobre todo con ejes comunes de desarrollo; así como una amplia visión acerca de las tendencias de los mercados internacionales en esta materia que se oriente a la especialización y comercialización de una oferta turística más exclusiva y sofisticada (Ley 20.423, 2010).

Este sistema institucional para el desarrollo del turismo mandata al Estado a desempeñar varios roles en el desarrollo de una estrategia nacional en la industria del turismo. Efectivamente, en el propio Mensaje de la Ley chilena de turismo (2010) se establece que se demanda un Estado más presente en la «promoción del destino turístico nacional, facilitar la transparencia de los mercados y el adecuado acceso a la información de los consumidores finales y operadores del mercado, y debe desenvolverse en el fomento de la actividad turística, a través del fortalecimiento de la industria y su capacidad de responder a la creciente demanda. En este contexto, resulta indispensable fortalecer al interior del Estado la institucionalidad en materia turística, al ser este uno de los desafíos establecidos a la Ley desde su promulgación».

## METODOLOGÍA

Se definieron como preguntas de investigación las siguientes: ¿Cuáles son las carencias que presenta la normativa turística respecto al régimen jurídico de las empresas de intermediación turística en Chile en comparación con lo establecido en las normativas de países europeos y latinoamericanos seleccionados? ¿Qué influencia tiene la falta de reconocimiento legal de algunos lineamientos en el régimen jurídico de las empresas de intermediación turística en Chile y qué efectos jurídicos-económicos provoca en la actividad de intermediación turística nacional?

Para dar respuesta a las preguntas de investigación planteadas se elabora la siguiente hipótesis: Los fundamentos jurídicos de las empresas de intermediación turística incorporados a la aplicación de la normativa vigente de una forma adecuada son la mejor manera de compatibilizar la implementación equilibrada de la actividad de intermediación turística, con los intereses científicos y socio-económicos, que permitan contribuir al perfeccionamiento de su régimen jurídico actual y al desarrollo del turismo en Chile.

Con el siguiente objetivo general: Determinar los fundamentos jurídicos que deben sustentar la actividad de intermediación turística de las AA. VV. en Chile, para contribuir al perfeccionamiento de su régimen jurídico actual.

Además, como objetivos específicos:

- Analizar desde el ámbito normativo, doctrinal y comparado la configuración de los fundamentos jurídicos de las empresas de intermediación turística desde la perspectiva de un mercado abierto y competitivo en el sector del turismo chileno.
- Realizar un estudio teórico, jurídico y comparado acerca del régimen jurídico de las empresas de intermediación turística a fin de determinar los requisitos más adecuados de sus normativas turísticas para contribuir a la mejora de su funcionamiento empresarial y de la industria turística nacional.
- Valorar en la normativa turística chilena lo relativo a los lineamientos de la regulación de las empresas de intermediación turística, tomando en cuenta los aspectos más relevantes del derecho comparado.

La novedad científica del artículo se basa en que la fundamentación doctrinal y comparada del régimen jurídico de las empresas de intermediación turística en Chile puede contribuir a lograr una mejora en el funcionamiento de la actividad económica turística al otorgar una mayor profesionalización de las empresas de intermediación y seguridad jurídico-económica en los/as usuarios turísticos. De la misma manera, se logra un soporte bibliográfico actualizado y con el nivel científico requerido, desde la perspectiva jurídica, y sirve de herramienta de consulta para el análisis y la resolución de problemáticas que se presenten a los especialistas y operadores jurídicos que participan en estos procesos de comercialización de esta industria.

Asimismo; se aspira a realizar un abordaje sobre el régimen jurídico de las empresas de intermediación turísticas y sus distintas modalidades, problemáticas jurídicas, cognitivas y normativas que se plantean de acuerdo con sus diferentes clasificaciones y funcionamientos. Por otra parte, hay que considerar que muchos de los avances científicos tienen una repercusión directa en esta actividad económica, por lo que finalmente, para la comercialización del producto turístico nacional, suelen intervenir una pluralidad de sujetos en este mercado tan heterogéneo que son fuentes de numerosos conflictos jurídicos, y su análisis en gran medida es el logro de este estudio.

Se emplearon los siguientes métodos de investigación jurídica: El método jurídico comparado, que posibilita a través del proceso de comparación jurídica contrastar puntos de coincidencias, diferencias y falencias específicas entre las distintas disposiciones jurídicas ordenadoras de las empresas de intermediación turística, lo que contribuye al aporte de datos tendentes a su mejor conocimiento, y subrayar carencias susceptibles de ser corregidas en el futuro en las

disposiciones jurídicas chilenas. De la misma manera, dicho método sirve para cotejar los modelos de algunos países europeos y latinoamericanos y analizar, a partir de los principales elementos comparados, las particularidades o generalidades, respecto al régimen jurídico de las empresas de intermediación turística, en los diversos sistemas jurídicos foráneos presentes en los países seleccionados como son los sistemas romanistas y germano y el angloamericano.

El método teórico-jurídico que se utiliza para el estudio de los diferentes sujetos y sus clasificaciones y en particular de las cuestiones jurídicas que se suscitan, desde el punto de vista conceptual, así como de los criterios doctrinales al respecto, para definir los conceptos que se utilizan desde el punto de vista de las ciencias jurídicas, está presente en todo el *iter* de la investigación y viabiliza la valoración y la argumentación crítica de la posición científica que se adoptó.

El método jurídico-doctrinal, que se emplea para conocer las investigaciones y publicaciones realizadas sobre el régimen jurídico de las empresas de intermediación turística, así como los enfoques y tratamientos dados por la doctrina sobre el tema, que permiten la explicación de los argumentos que se ofrecen a lo largo de la investigación y fundamentar las críticas que se realizan.

El método de análisis de contenido jurídico, que facilita el examen del Derecho del Turismo como fenómeno político-social que solo puede ser comprendido en su progreso; la valoración crítica de las normas jurídicas; así como la apreciación del componente axiológico que subyace en el fenómeno jurídico y su análisis como sistema armónico.

Acompañan a estos métodos un conjunto de operaciones lógicas del pensamiento como son análisis, síntesis, generalización y abstracción, con lo que se alcanzan los siguientes resultados. El análisis de documentos, que incluye textos, publicaciones seriadas y no seriadas de un amplio universo de autores tanto nacionales como internacionales, lo que permite ofrecer una explicación de las tendencias modernas y escuelas teóricas que confluyen en torno al tema en cuestión a escala mundial.

Se logra con su aplicación un precedente científico sobre el estudio teórico-doctrinal del régimen jurídico de las empresas de intermediación turística y la propuesta de una mejora normativa, a partir del aporte que se analiza en la discusión de los resultados de investigación, para obtener un mayor y más eficaz respaldo legal en el funcionamiento de las empresas de intermediación turística. Soporte bibliográfico actualizado y con el nivel científico requerido para el derecho del turismo chileno como herramienta de consulta y análisis para especialistas, operadores, turistas y demás interesados en la temática.

## DISCUSIÓN

### **Aproximación al Derecho del turismo. Su importancia práctica para las empresas de intermediación turística**

El Derecho se presenta como una herramienta fundamental para el estudio y el análisis de este campo que, para lograr sus objetivos le es primordial el estudio jurídico de sus dimensiones subjetivas y objetivas, desde lo subjetivo abarca las administraciones públicas, los operadores turísticos y al turista; en cambio, el aspecto objetivo hace referencia a los bienes y servicios turísticos. Al decir de Blanquer Criado (1999, p. 21), el turismo es un sector que puede ser examinado desde distintas ramas del Derecho y su contenido de normas y problemas jurídicos se establece en una realidad socioeconómica especial. En palabras de Adolfo Auriolés (2022, p. 32), este es "un sector del Derecho objetivo cuyas normas regulan las relaciones jurídicas nacidas de la actividad turística; se entiende por tal la que realizan las personas con motivo de sus desplazamientos o estancias temporales en lugares extraños a su entorno habitual, siempre que la finalidad principal de dichos desplazamientos o estancias no sea la de obtener una remuneración en el mismo lugar que visite".

"El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros". Desde un punto de vista legal en Chile la Ley 20.423 (2010), en su artículo 5.º, letra A, prescribe que para efectos de la Ley, el turismo se entiende como un «conjunto de actividades realizadas por personas durante sus viajes y permanencias en lugares distintos al de su entorno usual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, por motivos diferentes al de ejercer una actividad remunerada en el lugar que visite»

De esta forma, un papel fundamental es el rol que desempeñan las empresas de intermediación turística en la unificación de los diferentes factores que conforman la red de comercialización del producto turístico (García, 1999), debido en gran medida a que son entidades que organizan servicios turísticos diversos (viajes combinados, excursiones, representación de otras intermediadoras turísticas) ya que facilitan, a nivel mundial y nacional, su mercantilización de conjunto con los servicios ofrecidos por otras empresas (fundamentalmente reservas de plazas en medios de transporte de viajeros y de alojamientos turísticos), que sirven de enlace principal, en muchas ocasiones, y necesariamente imprescindibles entre la oferta y la demanda turística (Suñol, 2008). Al decir de Jordi Montaner (1999, p. 203), el intermediario es «la empresa turística que presta un servicio comercial (organización, asesora-

to y mediación) entre el proveedor y prestador de productos y servicios turísticos y el cliente o usuario».

En la actualidad existen diferentes fórmulas para desarrollar la intermediación turística y entre las diferentes opciones se incluyen, junto a las Agencias de Viajes (a partir de ahora AA. VV.) de manera cerrada o abierta, una lista de este tipo de empresas que responden a tres orientaciones diferentes (Recal, 2000):

- Como una actividad turística: para analizar posteriormente a las empresas que se dedican a dicha actividad.
- Como empresa turística: vía para definir la empresa de intermediación, no la actividad de intermediación propiamente.
- Como actividad propia de las AA. VV.: aunque mencionen la actividad de intermediación dentro de las actividades turísticas o como una clase de empresa turística, posteriormente no la definen o describen, sino que de forma directa reglamentan los aspectos que se consideran de mayor interés para este tipo de empresa en específico.

## ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

### **Una revisión comparada a la ley de turismo chilena para contribuir al perfeccionamiento del régimen jurídico de las empresas de intermediación turística**

En el citado artículo 5.º de la Ley 20.423 apartado que establece las definiciones para efectos de la Ley y relativos a la actividad turística en general, en el mismo no se contempla una definición de intermediador turístico como tampoco sucede en el Decreto Supremo 222 (2011), sobre la aplicación del sistema de clasificación, calidad y seguridad de prestadores de servicios turísticos que establece en su artículo 1.º, letra c, solamente una mención a las AA. VV., como: «organización comercial que actúa como intermediario entre el proveedor de servicios turísticos y/o tour operador y el usuario final o cliente, entregándole asesoría para la planificación y compra de su viaje» y en ese mismo sentido la define la norma técnica NCh3068:2013 (2007). En la citada disposición reglamentaria se presenta como problemática la falta de referencia a otros tipos de intermediación turística y sus múltiples actividades que son objetos de las funciones que en la actualidad desarrollan dichas empresas.

En el derecho comparado (González, 1999) el régimen jurídico de esta actividad presenta una tendencia marcada a la profesionalización de la actividad y a la reserva de exclusividad en el ejercicio empresarial de intermediación turís-

tica (Coutinho, 2012). Es decir, se entiende que se consagra el libre ejercicio de la actividad empresarial de intermediación turística y se le concede un alcance demasiado amplio. El requerimiento de que una actividad empresarial deba ser gestionada preceptivamente por un determinado tipo de persona jurídica (sociedad anónima) permite la incorporación de otras limitaciones o garantías, en relación con la forma de constitución, capital social mínimo, desembolso inicial del capital social al completo, exclusividad en el objeto social, control respecto a las ulteriores modificaciones de los estatutos sociales, porcentajes máximos de participación en el capital de la empresa, entre otros, aspectos que serían más difíciles de controlar en otros tipos de entidades.

Además, no se contempla la reserva de la denominación del intermediario turístico que debe quedar dispuesta de forma exclusiva a quienes se dediquen a este tipo de servicios turísticos, se deja fuera al resto de las personas naturales o jurídicas que deseen utilizar esta denominación. Las funciones propias de una actuación normativa de fomento jurídico para la modalidad a cuyo favor se efectúa la reserva y provoca que esta adquiera un marcado carácter proteccionista. Esto posibilita poder ajustarse a consumidores cada vez más exigentes, permeados de la producción masiva de paquetes turísticos estandarizados y de una organización del turismo que asume estratos sociales cada día más diversos y complejos.

Todo lo anterior se encuentra unido a la falta de reconocimiento en normativa turística chilena del uso de las expresiones relativas a la denominación de su actividad empresarial (agencias de viajes) o la utilización de los términos «viaje o viajes» en el nombre comercial de la empresa, que constituyen privilegios y suponen, por una parte, una compensación legal frente a los condicionantes impuestos para el ejercicio de dichas actividades empresariales y, por otra parte, se conforman nuevamente como instrumentos de protección frente a los usuarios turísticos (Ley nro. 19.496, 1997), para evitar de esta forma el mencionado intrusismo profesional y la realización de actividades ilegales, de competencia desleal y en perjuicio de los legítimos derechos de los consumidores y de las empresas de intermediación turística legalmente constituidas. Sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 24 de la citada normativa, para la aplicación de las multas, el tribunal tendrá? además especialmente en cuenta el idioma del turista, tiempo de permanencia en el país, la circunstancia de haber o no contratado con una agencia de turismo, situación de indefensión en que hubiere quedado el turista con motivo de la infracción, confianza en el acceso a información de los servicios ofrecidos puestos a disposición por el proveedor respectivo, y los daños efectivamente causados o el riesgo generado.

Tampoco se realiza mención expresa a los casos en que personas naturales o jurídicas de cualquier orden y que deseen promover publicitariamente la

realización de viajes sin ánimo de lucro deban encargar a una empresa de intermediación turística constituida la organización, la formalización de reserva, la comercialización y la realización del viaje o los requisitos en que se pueda realizar sin constituirse esta actividad en intrusismo profesional de terceros.

Conjuntamente, si no se realiza la reserva de exclusividad referente a las actuaciones empresariales más relevantes respecto a este tipo de actividad turística, como ocurre en el caso de la intermediación turística chilena, entonces estas empresas se encuentran ante una carencia de fomento, en cuanto supone ausencia de otorgamiento de una condición jurídica privilegiada al no reservar el ordenamiento jurídico un subsector de la actividad turística para el ejercicio exclusivo de estas tipologías empresariales. Con esta ausencia, por una parte, no se logra profesionalizar al máximo la prestación de los servicios de intermediación turística y, por otro lado, se dejan de establecer garantías económicas importantes para este tipo de entidades que les conceden la máxima protección a los usuarios turísticos tan importantes para enfrentar crisis de tipo social o sanitarias como la actual y el crecimiento exponencial que se espera de la industria turística pasados los tiempos de crisis.

No se hace mención legal a cómo en los locales se debe rotular los establecimientos, uso de carteles en los exteriores, composición de estos elementos publicitarios y componentes de su identificación como nombres, direcciones, marcas, códigos o grupos a los que pertenece. Tampoco se aborda en la normativa chilena a los intermediarios virtuales y las disímiles situaciones que se presentan en la actualidad a partir del progreso de las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones, las cuales demandan un régimen de sanciones administrativas que se ajuste a los actos de competencia desleal y a la clandestinidad que se presentan y son propios de la virtualidad.

De la misma manera en la normativa chilena no se hace mención a los requisitos comunes que deben cumplir las empresas de intermediación turísticas para su funcionamiento como son autorización administrativa, inscripción en el registro, otorgamiento de licencias comerciales, su procedimiento y causas de revocación, tratamiento legal otorgado a sus sucursales, las infracciones y a las sanciones administrativas por el ejercicio de estas actividades sin la correspondiente autorización. Así como tampoco se disponen garantías (Ley 2006-437, 2006), cuantías que deben cubrir, póliza de seguro y daños que deben asumir, exigencias de capital social mínimo tan importantes para este tipo de actividad económica donde el riesgo está muy presente para que les permita responder por el cumplimiento de las obligaciones derivadas de la prestación de sus servicios en los casos que sea necesario.

En este mismo sentido se hace notorio la falta de la clasificación y los efectos importantes que esta tiene en cuanto a la cuantía de los servicios que puede prestar, la responsabilidad que les corresponde en el cumplimiento de sus obligaciones y la complejidad que revisten los servicios que prestan. En recapitulación, la falta de una clasificación legal impide su categorización, a lo que se suma un registro voluntario que no garantiza el número, ni la existencia real de estas empresas de acuerdo con niveles de operación (mayorista-minorista). Esto hace que las usuales garantías que van ligadas a ciertas categorías de empresas de acuerdo a su nivel de operación (AA. VV. mayoristas) no se contemplen en la normativa turística al igual que la posibilidad de contratación de seguros, por lo que la legislación encarga completamente el deber de protección a la Ley nro. 19.496 (1997) de protección al consumidor, de modo que se evidencia una excesiva liberalidad en el ejercicio de esta modalidad de intermediación turística. Así, la actividad realizada por las AA. VV. se encuentra dentro del ámbito de aplicación de la Ley de Protección al Consumidor.

Se ve reflejada esta afirmación en su artículo 43 de la Ley nro. 19.496 (1997) de Protección al Consumidor; el cual contiene la estipulación de responsabilidad por incumplimiento del prestador final en el contrato de viaje combinado, la cual prescribe: «El proveedor que actúe como intermediario en la prestación de un servicio responderá directamente frente al consumidor por incumplimiento de las obligaciones contractuales, sin perjuicio de su derecho de repetir con el prestador de servicios o terceros que resulten responsables». De esta forma se buscó simplificar el régimen de responsabilidad de los prestadores de servicio ante incumplimiento de las obligaciones contractuales para con el consumidor.

En relación con lo anterior, si se revisa el derecho comparado respecto a la intermediación turística en Chile, no existen en la normativa nacional exigencias o limitaciones como por ejemplo sucede en algunos países europeos o latinoamericanos; en España, que progresivamente introdujo en las sucesivas reglamentaciones estatales la exigencia de determinadas formas societarias, también se fueron incorporando limitaciones o exigencias de tipo económico. Efectivamente, ya desde la reglamentación de las comunidades autónomas se recogía de forma expresa la reserva de actividades a favor de estas sociedades mercantiles donde se determinan sus excepciones y establecen los mecanismos adicionales para garantizar su efectividad. En Francia, por su parte, se establece un sistema similar al español, pero presenta un carácter más restrictivo hacia el libre ejercicio de la actividad empresarial de organización y venta de viajes y estancias. En este se establecen como modalidades de la intermediación turísticas a las AA. VV. debidamente autorizadas y las asociaciones y organismos sin fines lucrativos. También bajo determinadas condiciones (Código de Turismo Francia, Ley 2006-437, 2006) se admite que los organismos

locales de turismo, gestores de alojamientos y actividades de ocio y las empresas de transporte de viajeros y agentes inmobiliarios desplieguen la actividad de intermediación turística. En este sentido se reserva de forma expresa que las AA. VV. deben adoptar una forma jurídica societaria para el ejercicio de las actividades de intermediación que les son reservadas. En cambio, en Bélgica la modalidad de la intermediación mercantil se reserva a las actividades propias de las AA. VV. y en función del tipo de agencia (Ley 21, 1965; Estatuto, 1998).

En específico, la tipología de empresas de intermediación turística, salvo la normativa andaluza y la riojana que incluyen AA. VV., centrales de reservas y, con las peculiaridades comentadas, los organizadores profesionales de congresos, en los restantes supuestos de las normas reguladoras de las comunidades Autónomas: Andalucía: Decreto 60 (2018), y Centrales de Reservas de Andalucía. Aragón: Decreto 51 (1998), Reglamento de AA. VV. de Aragón. Baleares: Decreto 60 (1997), Reglamento de AA. VV. de Baleares. Canarias: Decreto 135 (2000), Regulación de las AA. VV. en Canarias. Cantabria: Decreto 49 (2011), de Ordenación Turística de las AA. VV., Centrales de Reservas y Organizadores Profesionales de Congresos en la Comunidad de Cantabria. Castilla y León: Decreto 25 (2001), Reglamento de AA. VV. de Castilla y León. Castilla-La Mancha: Decreto 56 (2007), de Ordenación de las Agencias de Viaje y Centrales de Reserva de Castilla-La Mancha. Cataluña: Decreto 158 (2012), Reglamento de AA. VV. de Cataluña. Extremadura: Decreto 175 (2019), Reglamento de AA. VV. de Extremadura. Galicia: Decreto 42 (2001), Refunde la Normativa de AA. VV., Guías de Turismo Especializado y Turismo Activo de Galicia. Comunidad de Madrid: Decreto 151 (2018), Reglamento de AA. VV. de la Comunidad de Madrid. Navarra: Ley Foral 19 (2020), Ley de Turismo de Navarra. Principado de Asturias: Decreto 31 (1988), de Ordenación de las AA. VV. del Principado de Asturias. Región de Murcia: Decreto 100 (2007), Reglamento de AA. VV. y de Centrales de Reserva de la Región de Murcia. La Rioja: Decreto 10 (2017), por el que se aprueba el Reglamento General de Turismo de La Rioja. Comunidad de Valencia: Decreto 20 (1997), Reglamento de AA. VV. de la Comunidad Valenciana.

Al igual que ocurre en las normativas anteriores, la regulación portuguesa reserva una serie de actividades propias para el ejercicio exclusivo de las AA. VV. que cuenten con la oportuna licencia administrativa (Decreto Ley nro. 12, 1999). Situación parecida a las anteriores se encuentra en Italia, si bien en este caso el escenario jurídico resulta más complejo al corresponder la competencia legislativa en la materia a sus diversas regiones. Ante la dificultad de realizar un estudio detallado de la normativa específica de cada región, se toma como referencia la ordenación establecida por la región de Basilicata (Ley nro. 24.124, 1999), sobre Turismo y estructuras receptoras, AA. VV. y turismo que de manera particular reserva el ejercicio de la actividad de intermediación turística a

las AA. VV. como modalidad única, aunque con respecto a la forma organizativa permite que tanto las personas físicas como sociedades mercantiles puedan obtener la autorización para su ejercicio.

En los países latinoamericanos también existen particularidades en la regulación de las modalidades y las formas jurídicas que adoptan las empresas de intermediación turística. Se debe tener en cuenta el rol económico que ha adquirido en los últimos tiempos la industria turística en los países de la región, pues la llamada actividad del entretenimiento constituye un renglón de máxima importancia en la generación de riquezas y la promoción de otras actividades económicas que se estimulan con el desarrollo del turismo. En este sentido en el Decreto núm. 386 (1994), reglamentación uruguaya de las AA. VV., se establece en cuanto a la tipología de las empresas de intermediación turística que se reserva a las AA. VV., el ejercicio empresarial de las actividades de mediación turística. La actividad turística de intermediación en Uruguay puede ser desarrollada tanto por personas naturales como por las jurídicas (Pérez, 1995, p. 102).

Un supuesto similar se presenta en la normativa argentina, que otorga la oportunidad de desempeñar tales funciones de la actividad turística a personas naturales y a las jurídicas, a través del respeto al principio de libertad de empresas. Las actividades se encuentran establecidas en el art. 1 de la Ley 18.829 (1970), ya sea de forma permanente, transitoria o accidental.

En cuanto a las actividades de las AA. VV. en la citada norma argentina, se concentran fundamentalmente a la organización e intermediación de viajes o ambas a la vez, sin descartar aquellas actividades conexas como la contratación de seguros por cuenta de empresas autorizadas que cubran los riesgos de los servicios contratados, venta de entradas para espectáculos públicos, deportivos, artísticos y culturales cuando constituyan parte de los servicios turísticos, la compra y venta de cheques del viajero y de cualquier otro medio de pago por cuenta propia o de terceros, así como representar a otras agencias nacionales y extranjeras, todo esto bajo la condición de que «el volumen económico de estas operaciones no desvirtúe el objeto principal de la AA. VV.». En Ecuador la normativa presenta un supuesto especial en las modalidades de la intermediación turística al clasificar a las AA. VV. en operadoras, mayoristas y AA. VV. internacionales (Reglamento general de actividades turísticas publicado, 2002). En el artículo 5 del Reglamento general de actividades turísticas se dispone que las actividades turísticas pueden ser desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual, a una o más de las siguientes actividades: operación, intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos, congresos y convenciones.

La legislación brasileña Ley núm. 11.771 (2008) de AA. VV. y turismo reconoce a los agentes como operadoras turísticas y establece que en la práctica existen empresas con características diferentes: las que intermedian y las que operan (Braga, 2012). De acuerdo con Braga (2012), las agencias de viaje se encargan de intermediar la oferta, la reserva y la venta a consumidores de uno o más servicios turísticos proveídos por terceros. Por su parte, las operadoras se encargan de la elaboración de programas, servicios e itinerarios de viajes turísticos, nacionales o internacionales, emisivos o receptivos, que incluyen más de uno de los servicios intermediados por las agencias de viaje.

Asimismo, en el complejo sistema de intermediación comercial que se ha desarrollado en Brasil surge un tercer tipo de empresa, denominada consolidadora. Esta se dedica a intermediar entre las empresas aéreas y las AA. VV. A la par, se pudieran limitar el intrusismo profesional y la clandestinidad, precisamente como protección al destinatario que consume los servicios turísticos que dichas empresas prestan (Ruiz, 1968).

Por todo ello, en la intermediación turística se distinguen, en primer punto, sus relaciones jurídico-privadas, cuya competencia de ordenación le pertenece al Estado por las características propias de la actividad, y en segundo lugar, se comprende la regulación de las relaciones mercantiles entre las empresas de intermediación y las empresas turísticas a las que sirven de mediadoras; la relación entre las empresas de intermediación y los usuarios turísticos y, finalmente, el funcionamiento jurídico interno de la empresa (González, 1999). Simultáneamente, es habitual que el usuario se encuentre situado físicamente a gran distancia del lugar del que va a percibir el servicio que contrate. En palabras de Isabel Albert Piñole, el papel actual de estas empresas de intermediación turísticas «supera con creces la función distribuidora que les fue asignada en su aparición y las convierte hoy día en las empresas fundamentales de la actividad» (Albert, 1999, p. 21), puesto que las mismas incluyen un variado conjunto de servicios de información y asesoramiento sobre los destinos, los viajes, el diseño, la organización, la comercialización y la distribución de los paquetes turísticos y de su venta. De esta forma, la persona que viaja hacia lugares lejanos necesita actuar a través de intermediarios que conozcan a las empresas que prestan sus servicios en destino. Pero debe destacarse, sobre todo, que el producto turístico hoy no puede ser ya contemplado como algo aislado; constituye un todo unitario que se ofrece en el mercado abarcando las más diversas prestaciones (García, 1999).

Al decir de Auriolos Martín, las AA. VV. son empresas turísticas dedicadas a intermediar entre los usuarios y los prestadores directos de servicios turísticos (Auriolos, 2002, p. 126). Sin embargo, en la actualidad se amplía el concepto porque no solo intermedian, sino que organizan un conjunto complejo de

servicios que se integran a partir de la concertación de un contrato de viaje combinado y realizan al mismo tiempo la actividad de intermediación y la organizativa (Contardo, 2012). Según Contardo (2012), «hoy en día, más que intermediar, el agente organiza un conjunto complejo de servicios que se fundamentan en el viaje combinado sin perjuicio de realizar el grupo de actividades organizativas como de intermediación simple por separado» (p. 31).

La diversificación de los servicios que ofrecen estas entidades lleva a que la conceptualización deba ampliarse para incluir a cada uno. Sin embargo, en la actualidad se amplía el concepto porque no solo intermedian, sino que organizan un conjunto complejo de servicios que se integran a partir de la concertación de un contrato de viaje combinado y realizan al mismo tiempo la actividad de intermediación y la organizativa (Contardo, 2012).

Entre las manifestaciones de control por la Administración al ejercicio empresarial de la intermediación turística la Ley 20.423 (2010) contempla en el título VII el sistema de clasificación, calidad y seguridad de los prestadores de servicios turísticos. De acuerdo con su artículo 30, este comprende un registro de los servicios turísticos que se establecen por tipo, conforme a definiciones establecidas en el Decreto Supremo 222, y las normas técnicas. Este registro entre sus características destaca su gratuidad y el carácter público, pero la norma no exige obligatoriedad del mismo, sino que lo deja a la voluntariedad, y al ser autónomo, solo quien desea registrarse será incluido al solicitarlo.

## CONCLUSIONES

La voluntariedad del registro en Chile supone limitantes para los fines de control que debe tener la administración sobre los intermediarios turísticos por la inexactitud respecto de la existencia y la cantidad que se encuentra en funcionamiento. El hecho de que sea autónomo igualmente supone el descanso del sistema completo en la diligencia y seriedad del empresario, lo que sin duda puede constituir un mecanismo para obviar maliciosamente el control estatal y funcionar de manera fraudulenta.

En esencia, el control legal que se impone a las empresas de intermediación turística se centra en los siguientes aspectos: exigencia de autorización administrativa bajo la fórmula de título-licencia que otorga la Administración turística; la inscripción registral en el correspondiente Registro; el control administrativo sobre la dirección de la empresa, la limitación de la forma jurídica organizativa de la entidad titular; la imposición de obligaciones económicas (capital social, póliza de seguros, fianza); la exclusividad en el ejercicio de determinadas actividades de mediación turística y, finalmente, la reserva de

la denominación y condición legal que, en cada caso, le otorgue el ordenamiento jurídico en función del tipo de empresa de que se trate.

Esta técnica que utiliza la ley chilena es diametralmente opuesta a las que se analizan en países como España, donde se dispone en los reglamentos de las comunidades autónomas que los Registros de actividades turísticas clasifiquen los proyectos de establecimientos o actividades con su clasificación para la correspondiente inscripción y funcionamiento de un establecimiento o del ejercicio de una actividad, además de las dispensas, las ampliaciones, reducciones, reformas y cualquier modificación que afecte a las características reglamentadas del establecimiento o actividad.

En el supuesto de la intervención correspondiente a la anotación se exigen el nombre del establecimiento o actividad, el titular de este y sus cambios, los cierres temporales y los períodos de cierre, las subvenciones otorgadas, las inspecciones efectuadas y sus resultados, los expedientes sancionadores, las declaraciones anuales de precios, los certificados anuales de potabilidad del agua, las actividades secundarias que tengan incidencia en la oferta turística y cualquier otro acto que afecte a los establecimientos o actividades turísticas que sean relevantes para los objetivos del Registro. Asimismo, las Leyes de Turismo de las comunidades españolas están dirigidas a ordenar, de forma global, los principales aspectos que afectan al turismo dentro del ámbito de competencias de la comunidad autónoma. La distribución de competencias en la materia de organización administrativa básica; instrumentos de ordenación e intervención de las empresas, establecimientos y actividades turísticas; mecanismos de planificación turística; derechos y obligaciones de los usuarios turísticos; derechos y obligaciones de los establecimientos turísticos; servicio de inspección; régimen sancionador y procedimientos sancionadores, entre otros.

En Francia (Código de Turismo Francia, 2006) se establece que en todos los supuestos para realizar las actividades empresariales se exige la presentación ante la Administración de una garantía financiera, fijada por la Administración en función de la naturaleza de las actividades a desarrollar y los riesgos potenciales que concurran en cada caso, y de un seguro de responsabilidad civil y profesional. Además de estos requisitos se impone la necesidad de justificar la aptitud profesional del solicitante.

En Uruguay a los efectos de objetivar las situaciones irregulares de las AA. VV. los operadores turísticos tienen la obligación reglamentaria de tener en un lugar visible del local un libro con los datos de sus operaciones, se establece una clasificación de corte administrativo en la normativa vigente (Decreto 386, 1994). Conjuntamente al requisito de inscripción en el Registro de Operadores

Turísticos del Ministerio de Turismo se debe concertar una garantía y contraerla con el Banco de Seguros del Estado. Esta garantía presenta vigencia anual y deberá ser renovada por iguales períodos para asegurar no solo el pago de los daños y perjuicios por los que puedan ser condenadas las AA. VV. judicialmente ante las reclamaciones de los usuarios (clientes), sino que establece el pago de las multas administrativas que correspondieren, las devoluciones que previo procedimiento administrativo ordenare el Ministerio a favor de turistas nacionales o extranjeros y asimismo, al pago de las reclamaciones que instituyere previo procedimiento administrativo el Ministerio, respecto a los hoteles, restaurantes, arrendadoras de automóviles sin chofer, AA. VV. y turismo, mayoristas de turismo y empresas transportistas terrestres por el incumplimiento de las obligaciones contractuales a cargo del singular operador. El Ministerio de Turismo podrá coordinar sus cometidos con el Ministerio de Economía y Finanzas (Sconfianza, 2003).

Esencialmente sujeta a este tipo de registros, se encuentra la exigencia de constituir y mantener durante toda su existencia una garantía o seguro, como ocurre en los casos de derecho comparado que se expone en este artículo, en donde debe ser presentada al momento de registrarse ante la entidad competente. Entre las exigencias, que varían de acuerdo con la clasificación de la AA. VV. como antes se estudia, se presentó en garantía individual, garantía colectiva y seguro por cada viaje combinado.

En Bélgica es necesario contar con la previa autorización otorgada por la Administración (Comisario de Turismo) tras el correspondiente procedimiento y en función de la categoría de agencia de que se trate. Además de que se dispone que se cumpla con los siguientes requisitos autorizantes: equipamiento técnico, capital social mínimo completamente desembolsado, suscripción de una garantía económica cuyo importe depende de la categoría de la A. V., un seguro de responsabilidad civil y profesional que cubra sus actividades, un seguro frente a la insolvencia financiera, acreditar documentalmente la buena conducta de los administradores y la aptitud profesional en función de la categoría (Estatuto, 1988).

Las AA. VV. de Portugal (Decreto Ley 209, 1997) se encuentran sometidas al cumplimiento de determinados requisitos legales cuya observancia verifica la Dirección General de Turismo tras la tramitación del oportuno procedimiento administrativo. En referencia a la ordenación citada de la italiana región de Basilicata, en ella se somete a la obtención de previa autorización provincial el ejercicio a los sujetos que pretenden ejercer la actividad de las AA. VV. Esta autorización presenta un elemento que la diferencia de las restantes que se analizan en los países europeos y es que los intermediadores no precisan la suscripción de un capital social especial, aunque requieren la contratación de

una garantía o caución cuya cuantía se establece en función del tipo de A. V. de que se trate, una póliza de seguro de responsabilidad civil, el pago de la tasa regional por expedición de la licencia y acreditar la solvencia profesional de la persona física titular de la agencia o, en su caso, del representante legal de la sociedad y la inscripción en el correspondiente registro público (Ley nro. 24.124, 1999)<sup>[1]</sup>.

## REFERENCIAS

- Albert Piñole, I. (1999). *Gestión, productos y servicios de las agencias de viajes*. Centro de Estudios Ramón Areces. España.
- Aurioles Martín, A. (2002). *Introducción al Derecho Turístico, Derecho Privado del turismo*. Madrid (Ed. Tecnos). España.
- Barómetro de Turismo de Chile, enero de 2021. Disponible en: [http://www.subturismo.gob.cl/wp-content/uploads/2015/10/20210129\\_Barómetro-de-Turismo-Enero-2021.pdf](http://www.subturismo.gob.cl/wp-content/uploads/2015/10/20210129_Barómetro-de-Turismo-Enero-2021.pdf)
- Blanquer Criado, D. (1999). *Derecho del Turismo*. Valencia (Ed. Tirant lo Blanch). España.
- Braga, D. (2012). *Discussão conceitual e tipologias das agências de turismo*. *Revista Estudos y Perspectivas de Turismo*, 5, pp.18-28.
- Contardo González, J. (2012). *La responsabilidad de las AAVV por overbooking o exceso de reservas*. *Seminario La Semana Jurídica* 29.
- Coutinho, L. (2012), *Estudos da competitividade do turismo brasileiro. O segmento de agências e operadoras de viagens e turismo*, Ministério do Turismo. Brasil.
- El turismo internacional sigue adelantando la economía global. Disponible en: <https://www.unwto.org/es/el-turismo-mundial-consolida-su-crecimiento-en-2019>
- García Rubio, M. P. (1999). *La responsabilidad contractual de las agencias de viaje*. Madrid (Ed. Montecorvo). España.
- González Fernández, B. (1999). *Reflexiones sobre la exigencia de forma jurídica específica para las agencias de viajes: la posibilidad de agencias de viajes – personas*

[1] Artículos nros. 12, 13, 14 y 15 de la Ley nro. 24.124 de 29 de marzo de 1999, de la Región de Basilicata, sobre Turismo y estructuras receptoras, AA. VV. y turismo.

físicas. Derecho y Turismo, I y II Jornadas de Derecho Turístico, Dirección General de Planificación Turística de la Consejería de Turismo de la Junta de Andalucía, Sevilla, pp. 385-397.

Lohmann Barreira, G. (2007). *Agência de viagens e turismo: práticas de mercado*. Río de Janeiro (Ed. Campus). Brasil.

Montaner, J. (1999). *Diccionario de Turismo*. Madrid (Ed. Síntesis). España.

Pérez Fontana, S. (1995). *Manual de Derecho Comercial*. Tomo II. Montevideo (Ed. Universidad de la República). Uruguay.

Recal de Castells, A. (2000). *Las agencias de viajes*, en García Macho, R., y Recal de Castells, A., (Dir.). *Lecciones de Derecho del Turismo*. Valencia (Ed. Tirant lo Blanch). España.

Ruiz Gutiérrez, U. (1968). *Legislación Administrativa Turística*. Madrid (Ed. U. Ruiz). España.

Sconfienza Pérez, R. (2003). *El contrato de agencia turística en el derecho positivo uruguayo*. *Revista Uruguaya de Derecho*, nro. 22, pp. 81-89.

Suñol, S. (2008). *Entorno competitivo para el desarrollo del turismo. Caso Puerto la Plata*. *Revista Ciencia y Sociedad*, vol. XXXIII, nro. 6.

## **Legislación**

Código de Turismo Francia, Ley 2006-437, de 14 de abril del año 2006.

Reglamentos de Turismo Decretos 2006-1228 y 2006-1229, de 6 de octubre del año 2006.

Convención Internacional de Contratos de Viajes (C. I. C. V.), suscripta en Bruselas, el 23 de abril de 1970.

Decreto 60/2018, de 27 de febrero, de Agencias de Viajes y Centrales de Reservas de Andalucía.

Decreto 51/1998, de 24 de febrero, Reglamento de Agencias de Viajes de Aragón.

Decreto 60/1997, de 7 de mayo, Reglamento de Agencias de Viajes de Baleares.

Decreto 135/2000, de 10 de julio, Regulación de las Agencias de Viajes en Canarias.

- Decreto 49/2011, de 19 de mayo, de Ordenación Turística de las Agencias de Viajes, Centrales de Reservas y Organizadores Profesionales de Congresos en la Comunidad de Cantabria.
- Decreto 25/2001, de 25 de enero, Reglamento de Agencias de Viajes de Castilla y León.
- Decreto 56/2007, de 8 de mayo, de Ordenación de las Agencias de Viaje y Centrales de Reserva de Castilla-La Mancha.
- Decreto 158/2012, de 20 de noviembre, Reglamento de AA. VV. de Cataluña.
- Decreto 175/2019, de 12 de noviembre, Reglamento de AA. VV. de Extremadura.
- Decreto 42/2001, de 1 de febrero, Refunde la Normativa de Agencias de Viajes, Guías de Turismo Especializado y Turismo Activo de Galicia.
- Decreto 151/2018, de 16 de octubre, Reglamento de AA. VV. de la Comunidad de Madrid.
- Decreto 31/1988, de 18 de febrero, de Ordenación de las Agencias de Viajes del Principado de Asturias.
- Decreto 100/2007, de 25 de mayo, Reglamento de AA. VV. y de Centrales de Reserva de la Región de Murcia.
- Decreto 386/1994, de 21 de marzo, Reglamento para las AA. VV. de la República Oriental del Uruguay.
- Decreto 20/1997, de 11 de febrero, Reglamento de Agencias de Viajes de la Comunidad Valenciana.
- Decreto 10/2017, de 17 de marzo, por el que se aprueba el Reglamento General de Turismo de La Rioja.
- Decreto Ley nro. 12/1999 de 11 de enero de Agentes de Viajes de Portugal.
- Directiva 90/314 de la Comunidad de Estados Europeos del Consejo de las Comunidades Europeas de 1992, que adecúa Convenio de Bruselas del 23 de abril de 1970 relativo al contrato internacional de viajes combinados.
- Estrategia Nacional de turismo del gobierno de Chile 2012-2020, Chile.
- Ley 24.124/1999 de 29 de marzo de la Región de Basilicata, sobre Turismo y estructuras receptoras, AAVV y turismo.

- Ley 12/1999 de Turismo de la Comunidad Autónoma de Andalucía, de 15 de diciembre, España.
- Ley 6/2003 de Turismo de la Comunidad Autónoma de Aragón, 27 de febrero, España.
- Ley 2/1999 de Turismo de la Comunidad Autónoma de Islas Baleares, 24 de marzo, España.
- Ley 13/2002 de Turismo de la Comunidad Autónoma de Cataluña, 21 de junio, España.
- Ley 2/1997 de Turismo de la Comunidad Autónoma de Extremadura, 20 de marzo, España.
- Ley 3/1999 de Turismo de la Comunidad Autónoma de Madrid, España.
- Ley 8/2003 de Turismo de la Comunidad Autónoma de Navarra, 25 de febrero, España.
- Ley 2/2001 de Turismo de la Comunidad Autónoma del Principado de Asturias y la Rioja, 31 de mayo, España.
- Ley Foral 19/2020, de 16 de diciembre, Ley de Turismo de Navarra.
- Ley 20.423, de 2010, de 12 de diciembre, Chile.
- Ley nro. 19.496, de 1997, de Protección al Consumidor, Chile.
- Ley 6/1994 de Turismo del País Vasco, España.
- Ley 21/1995 de viajes combinados en España.
- Ley 21/1988 de 22 de septiembre, Estatuto de las AAVV de Bélgica.
- Ley 18.829/2010, Ley de Turismo de la República Argentina.
- La Ley nro. 11.771/2008, del 17 de septiembre de AAVV y turismo de la República Federal de Brasil.
- Norma Chilena NCh3068:200 AA. VV., de 2007.
- Real Decreto 81 de 2012, Ley que regula la actividad de las AAVV en la Comunidad Autónoma del País Vasco. España.
- Registro Oficial nro. 726/2002, de 17 de diciembre sobre contrato de turismo de Ecuador.

Reglamento general de actividades turísticas publicado en el Registro Oficial nro. 726 del 17 de diciembre del 2002 de Ecuador.

Reglamento de Industria de Alemania de fecha 22 de febrero de 1999.