

LA NATURALEZA, ACTIVIDAD Y CLASIFICACIÓN DE LAS AGENCIAS DE VIAJE

Luis Hernández Armand
*Enrique Hernández Armand**
Escuela Universitaria de Turismo de Murcia

RESUMEN

El presente trabajo constituye un estudio respecto de la actividad desplegada por las Agencias de Viaje en el marco de su regulación legal, señalando las distintas funciones que realizan estas empresas mediadoras de los servicios turísticos y las complejidades jurídicas que surgen cuando actúan de una u otra manera y sus relaciones con los proveedores de los servicios turísticos con otros mediadores y con los usuarios.

En definitiva se trata de un estudio de la normativa de las Agencias de Viaje por lo que respecta a su actividad y fines, haciéndose referencia a problemas puntuales que surgen y que convendría que en la futura regulación de estas empresas se tuvieran en cuenta a fin de dar soluciones, que también se apuntan, a los numerosos conflictos que plantean dichas agencias.

Palabras clave: Agencia de viaje, mediación, comisión, organización, exclusividad, sociedad mercantil, consolidadores aéreos, tour brokers, sistemas computerizados de reservas, entales de reservas, timesharing, IATA, transportes turísticos, paquetes turísticos, viaje combinado, AV mayorista, AV minorista, AV mayorista/minorista, flete, harter.

SUMMARY

The present paper is aimed as a study on the activity carried out by the travel agencies in their legal regulation, pointing out the different functions fulfilled by these retailer companies of the tourist services and the legal difficulties that arise in that performance as well as the relationship with the wholesalers, other retailers and the clients. Summing up this is a survey on the regulations of travel agencies regarding their activities and goals with special stress on specific problems that could stem. Such problems should be taken into account in the future new regulation in order to provide solutions, also mentioned here, for numerous difficulties such companies have to face.

Fecha de Recepción: 6 de mayo de 1998.

* Escuela Universitaria de Turismo de Murcia, Paseo del Malecón nº 5, 30004 MURCIA (España).

Key words: Travel agency, mediation, comission, organization, exclusivity, trading company, air broker, tour broker, booking computer system, timesharing, IATA, tourist transport, package tours, inclusive tour, wholesaler, retailer, flete, charter.

I. CONCEPTO Y CARACTERÍSTICAS DE LAS AGENCIAS DE VIAJE (AAVV) EN LA ORDEN MINISTERIAL AGENCIAS DE VIAJE DE 14 DE ABRIL DE 1988 (OMAV)

Según la Orden comentada en su Artículo 1.1. Tienen la consideración de Agencias de Viajes las empresas constituidas en forma de Sociedad Mercantil, Anónima o Limitada, que, en posesión del título-licencia correspondiente se dedican profesional y comercialmente en exclusividad al ejercicio de actividades de mediación y/o organización de servicios turísticos, pudiendo utilizar medios propios en la prestación de los mismos.

De la definición del art. 1.1 OMAV, se desprenden las características de una AV:

a) Han de ser empresas constituidas en forma de Sociedad Mercantil, Anónima o Limitada. Esto, desde luego, excluye que las actividades propias de una AV sean realizadas por una persona física o por una sociedad distinta a las expresadas.

Sin embargo, este requisito está desapareciendo en muchas Comunidades Autónomas que han elaborado su propia reglamentación y en donde ya es posible que una persona física pueda darse de alta en licencia fiscal y actuar como AV sin problema alguno. Es el caso de Madrid, Baleares o Valencia, aunque es previsible que las demás Autonomías sigan este ejemplo.

La reglamentación anterior sobre AAVV (O de 9 de Agosto de 1974) sólo exigía que tuviesen forma de Sociedad Mercantil, pero no necesariamente anónima o limitada. Este es también el sentido de algunas reglamentaciones autonómicas, como la de Madrid (Decreto 99/1996 de 27 de Junio).

No obstante, hemos de tener presente la disparidad de legislaciones sobre AAVV en el resto de los países de nuestro entorno. En algunos de ellos es posible que las funciones propias de una AV sean realizadas por un transportista (una compañía aérea) u otro tipo de persona jurídica.

b) Han de estar en posesión de un título licencia, sin cuyo requisito estas empresas no pueden realizar tales funciones. La realización de publicidad de funciones propias de una AV sin estar en posesión del título licencia es considerada por la OMAV (art. 35) como intrusismo profesional y será objeto de sanción administrativa. Es curioso, sin embargo, que en ese mismo art. nada se dice sobre la *realización de funciones* propias de una AV sin título-licencia, aunque es de suponer que ello es igualmente sancionable.

El intrusismo profesional es un delito contemplado en el art. 403 del Código Penal, por el que se castiga a quien sin tener título académico, ejerce actos propios de esa profesión. Sin duda es un muy grave error que una simple Orden Ministerial califique de delictiva determinada actividad, cosa absurda e imposible, ya que ello está sujeto a reserva de ley. Por otra parte, la actual dicción del Código Penal no está referido a empresas, sino a personas físicas que realizan actividades sin título académico que las habilite para ello. El título-licencia no es en absoluto un título académico, sino una autorización administrativa.

Las reglamentaciones autonómicas más recientes omiten esta mención al intrusismo profesional y hablan sólo de la responsabilidad administrativa.

c) Han de dedicarse profesional y comercialmente en exclusividad a esta función. Este requisito obliga a dedicarse en exclusiva a la función de AV sin posibilidad de simultalearla con otras. Repetimos que ello no ocurre en otros países en donde una AV puede ser un transportista o una cadena de grandes almacenes. A pesar de lo expuesto, nada impide que una AV sea propiedad de otra sociedad (por ejemplo el Corte Inglés, o Iberia, como sucede realmente), si bien la personalidad de cada una debe ser absolutamente independiente, por lo menos desde el punto de vista jurídico.

El art. 5 OMAV, autoriza no obstante la instalación de la sede de una AV «en edificios singulares destinados en su conjunto a actividades comerciales...». Esto implica que unos grandes almacenes pueden tener en su propio establecimiento una AV que además sea de su propiedad exclusiva, lo que en definitiva supone una cierta quiebra del principio de exclusividad que estamos comentando.

Parece que la razón de ser de esta disposición es dotar al agente de viajes de una mayor profesionalidad, otorgando asimismo mayor seriedad y rigor a su función.

d) Se dedican a actividades de mediación y/o organización de servicios turísticos.

Una AV puede dedicarse bien a actividades de mediación, bien a organización, o bien a ambas simultáneamente. La mediación supone poner en contacto al proveedor del servicio con el usuario. En este supuesto, la AV actúa como mediadora a comisión, es decir es una comisionista o intermediaria que percibe del proveedor (comitente) un precio (comisión) a cambio de realizar en nombre de aquel una operación mercantil consistente en vender un servicio turístico al usuario final.

En cambio, cuando actúa como organizadora la AV no es una comisionista, sino que su función consiste en «ensamblar» o «fabricar» un viaje todo incluido con servicios que ella misma ha adquirido previamente, contratando en nombre propio y no en el del proveedor. Tendremos oportunidad de comentar esto más adelante.

e) Pueden utilizar medios propios en la prestación de los servicios. Se refiere la OMAV a que los servicios que la AV vende pueden prestarse, en ocasiones, con medios que son propios de la AV, especialmente en lo que concierne al transporte. No es infrecuente que una AV sea propietaria de una flota de autocares. En realidad, muchas de las AV que hoy existen en España comenzaron siendo empresas de transporte por carretera. No obstante, esta posibilidad debe entenderse excepcional, pues la función natural de la AV es vender servicios prestados por otros proveedores.

2. La condición legal y la denominación legal de Agencia de Viajes queda reservada exclusivamente a las empresas a que se refiere el apartado anterior. Los términos «viaje» o «viajes» sólo podrán utilizarse como todo o parte del título o subtítulo que rotule sus actividades, por quienes tengan la condición legal de Agencias de Viajes, de acuerdo con las presentes normas reguladoras.

El segundo párrafo del art. 1 OMAV concede en exclusiva a las empresas que cumplan con lo señalado en el párrafo 1, el nombre y la condición legal de AV. Ninguna otra empresa puede, salvo que incurra en intrusismo profesional, dedicarse a actividades propias de las AV, ni siquiera utilizar en sus rótulos el término «viaje» o «viajes».

La práctica mercantil ha originado la aparición de nuevas empresas dedicadas a la mediación entre empresas turísticas:

1. De un lado los «Air Brokers» o consolidadores aéreos cuya principal función consiste en poner en contacto a los Tour Operadores (TTOO) que son grandes AAVV dedicadas a la producción en masa, con compañías aéreas, especialmente charter. De esta forma, un Broker Aéreo puede unir el poder de compra de varios TTOO para fletar aviones, consiguiendo por ello mejores precios.

Imaginemos, por ejemplo, que tres TTOO distintos, A, B y C, necesitan 50, 25, y 25 asientos respectivamente de un vuelo charter. Y supongamos también que la compañía aérea que opera estos vuelos sólo dispone de aparatos de 100 plazas. La misión del Broker aéreo consistiría en unir o «consolidar» la demanda de estos tres TTOO, para fletar en conjunto todo el vuelo charter. De esta forma, cada TO conseguiría un precio por asiento mucho más conveniente que si tuviera que fletar todo el avión. De otra parte, y al tratarse de una empresa especializada, el Broker puede conseguir mejores condiciones en el contrato con la compañía aérea que si el TO contratara directamente.

Pero el nombre de Air Broker no debe confundirnos. Estas empresas, por imperativo legal han de estar constituidas en forma de Agencia de Viajes (art. 1.2 OMAV) pues la función que realizan es propia de éstas. En realidad se trata de AAVV especializadas.

2. Los «Tour Brokers» tienen una función parecida. Estos actúan como intermediarios entre TTOO y proveedores de servicios turísticos, especialmente empresas de alojamiento. Como ocurre con los anteriores también en España han de ser AAVV.

3. Más complicaciones tiene desde el punto de vista jurídico, la conceptualización de los Sistemas Computerizados de Reservas (Computerized Reservation System o CRS), también llamados Sistemas Globales de Distribución (Global Distribution System o GDS).

En principio se trata de herramientas informáticas, muchas de ellas propiedad de compañías aéreas (AMADEUS, SAVIA, GALILEO, SYSTEM ONE, APOLO/COVIA, SABRE, etc.) y a través de las cuales es posible reservar no sólo billetes de líneas aéreas sino cualquier otro servicio turístico adherido a este sistema. El empleo de los CRS se hace por las AAVV quienes abonan una cuota al propietario del sistema. El problema se plantea porque la mayor parte de los CRS están constituidos en forma de Sociedad Anónima que a su vez son propiedad de otras. Así, AMADEUS es propiedad de IBERIA, LUFTHANSA, AIR FRANCE y AMADEUS GLOBAL DISTRIBUTION, empresa constituida «ad hoc» para la gestión y explotación del sistema. Dado que la mediación es una actividad propia de las AAVV, el uso de los CRS está prohibido a otras empresas distintas de ellas.

4. Otras empresas que podríamos calificar como mediadoras de servicios turísticos son las Centrales de Reservas Hoteleras. Ningún problema se plantea si la central de reservas es propia de un hotel o de una cadena y su función es reservar habitaciones para sus propietarios: cualquier empresa de alojamiento está legitimada para hacer esta función. Otra cosa es si la Central de Reservas está constituida como empresa independiente y

reserva habitaciones para hoteles diversos que no pertenecen a la misma cadena (ACRHOTEL, UTELL, MARKHOTEL, etc.).

En este último supuesto, la Central de Reservas opera como una verdadera AV a comisión. Por cada habitación que reserva a una AV, percibe del hotel una comisión por sus servicios, por lo que se estaría, sin ninguna duda, vulnerando lo preceptuado en el artículo 2.1 a) OMAV: la reserva de habitaciones en empresas de alojamiento es un fin propio de las AAVV y como tal, reservado exclusivamente a ellas.

En nuestra opinión, urge la regulación de este tipo de empresas, bien obligándolas a adoptar la forma de AV, o bien modificando el art. 2.1 a) OMAV, de forma que se permita como excepción esta actividad a empresas que no son AAVV.

Más grave resulta el hecho de que muchas Comunidades Autónomas que poseen empresas de alojamiento —constituídas en forma de Sociedad Mercantil— han creado su propia central de reservas (también en forma de S.A. de carácter público), compitiendo deslealmente y en abierta ilegalidad con las AAVV legalmente constituídas.

5. También podemos calificar de mediadoras a las empresas de intercambios en régimen de timesharing (RCI, II, etc.) o simplemente aquellas cuya función es intercambiar segundas residencias (INTERHOME).

La actividad de las primeras consiste en esencia en poner en contacto a distintos propietarios en régimen de timesharing, a fin de que éstos puedan intercambiar sus períodos, todo ello a cambio de una cuota, utilizando para esto complejos sistemas informáticos.

Como las anteriores, carecen de regulación específica a nivel estatal, aunque existen proyectos al respecto. En principio nada obsta a una AV a realizar tal función.

La mayor parte de los complejos en régimen de timesharing tienen carácter turístico: se trata de urbanizaciones, generalmente de nivel alto o medio-alto situadas en playas y montañas principalmente, aunque también están en castillos e incluso en hoteles, barcos y otros inmuebles. Si pues un fin propio —exclusivo— de las AAVV es la mediación en la reserva de plazas, particularmente en los alojamientos turísticos (2.1 a) OMAV), de ello parece colegirse que sólo las AAVV en España pueden realizar esta función. Sin embargo, del espíritu del RDAV y de la OMAV se desprende, a nuestro juicio claramente, que la función de mediación de las AAVV está referida a las relaciones entre proveedores de servicios —empresas— y usuarios, o entre empresas exclusivamente, pero no entre usuarios. En nuestra opinión, por tanto, la actividad de intercambio de locales en régimen de timesharing no es un fin propio de las AAVV, aunque sí puedan realizar dicha función.

II. ACTIVIDADES DE LAS AGENCIAS DE VIAJES

1. Los objetos o fines propios

Artículo 2.1 Son objetos o fines propios de las Agencias de Viajes los siguientes:

Cuando el art. 2.1 OMAV se refiere a «objetos y fines propios» de las AAVV quiere indicarse que las actividades a que más abajo haremos mención están reservadas en

exclusiva a las AAVV. Ninguna otra empresa o particular, salvo alguna excepción que comentaremos después, puede legalmente realizar estas funciones. Son las siguientes:

a) La mediación en la venta de billetes o reserva de plazas en toda clase de medios de transporte, así como en la reserva de habitaciones y servicios en las empresas turísticas y particularmente en los establecimientos hoteleros y demás alojamientos turísticos.

Como ya hemos indicado, cuando la AV actúa como mediadora, está realizando sin duda un contrato de comisión o mandato mercantil¹ (arts. 244 a 280 del Código de Comercio), que podemos definir, siguiendo a URÍA² como «contrato celebrado entre dos comerciantes, o entre un comerciante y otra persona, por el que una de las partes (comisionista) se obliga a realizar por encargo y cuenta de otra (comitente), una o varias operaciones mercantiles» a cambio de una retribución (comisión).

En el caso de los transportes, el transportista (comitente) abona a la agencia (comisionista) un precio (comisión) por cada una de las plazas que venda en su nombre. Quien contrata no es la AV sino el transportista, ya que el contrato y las acciones derivadas del mismo producirán su efecto entre el comitente y los usuarios (art. 247 C.Co) cuando el mediador no actúe en nombre propio. Dentro del concepto transporte hay que incluir el «transfer» o traslados de los usuarios desde un medio de locomoción a otro o desde éste al hotel o viceversa, que la anterior reglamentación consideraba un fin propio de las AAVV.

El contrato de comisión es esencialmente consensual y se entiende tácitamente aceptado cuando la agencia realice alguna gestión relativa a los servicios encargados (art. 249 C.Co). Hay que hacer importantes puntualizaciones, derivadas de la práctica mercantil, en lo referente a billeteaje aéreo:

Para que una AV pueda vender billetes IATA es precisa una autorización que la convierte en Agente Autorizado IATA. Esta autorización sólo se concede cuando la AV cumple una serie de requisitos relativos a locales, personal y finanzas que son comprobados por el Agency Program Join Council, organismo de IATA encargado de esta función.

Una vez obtenida la acreditación, la AV puede vender los pasajes con una comisión del 9% sobre el precio de los billetes junto con otras ventajas (pagos aplazados a través del BSP, reducciones en billetes para personal de la AV y derecho a utilizar el logotipo IATA)³.

En lo referente a transporte por carretera, existen algunas especialidades importantes contempladas en la LOTT y en el ROTT. El art. 165.3 ROTT establece, como no podía ser de otra forma, que la actividad de las AAVV en relación con los transportes regulares de viajeros, se circunscribirá a las actividades de información, reserva de plazas y venta de billetes, actuando como comisionistas por cuenta ajena y contratando en nombre del transportista.

Si se trata de transportes turísticos (o sea, viajes todo incluido por carretera) o viajes discrecionales, la contratación con el usuario y con el transportista se hará en nombre

1 De esta opinión es también ALONSO ESPINOSA: «Algunas cuestiones sobre el contrato de Comisión Mercantil». En «Revista Jurídica de la Región de Murcia». Nº 21, 1996.

2 RODRIGO URÍA: «Derecho Mercantil». Madrid 1976, p. 531 y ss.

3 Sobre este tema puede verse VOGELER RUIZ y HERNÁNDEZ ARMAND: «Estructura y Organización del Mercado Turístico». Editorial Centro de Estudios Ramón Areces. Madrid, 1995, p. 255 y ss.

propio (art. 165.2 ROTT). La distinción entre uno y otro sistema es importante en atención a la responsabilidad de la AV. En el primer caso, la AV no responde frente al usuario del buen fin del transporte, mientras que en el segundo sí responde del buen fin de la operación, dado que contrata en nombre propio.

Otra actividad propia de las AAVV es la reserva de habitaciones y servicios en las empresas turísticas y particularmente en los establecimientos hoteleros y demás alojamientos turísticos.

La dicción del art. 2.1 en este aspecto es deficiente. La utilización del término «reserva» exclusivamente, parece que excluye la contratación en firme. A nuestro juicio, la expresión reserva no debe entenderse sólo en el sentido estricto de promesa de contrato, sino de contratación efectiva, ya que la aceptación de la reserva por parte del hotel, o el abono por el usuario de alguna cantidad en concepto de arras o señal, perfeccionan el contrato de alojamiento u hospedaje. Así se desprende además de los artículos 11 y siguientes de la O. de 15 de Noviembre de 1978 sobre régimen de precios y reservas en alojamientos turísticos.

Cabría preguntarse qué ocurre si reservada una habitación de hotel a través de una AV, dicha reserva no es confirmada por el hotel. En principio éste no está obligado a confirmar la reserva salvo que se refiera a alguna habitación determinada. De modo que —a contrario sensu— el contrato queda igualmente perfeccionado entre usuario y hotel si éste no notifica su decisión de no aceptarla.

b) La organización y venta de los paquetes turísticos.

Esta es la segunda función que puede realizar una AV. Ahora ya no actúa como verdadera mediadora, sino como organizadora. De modo que tanto con el proveedor como con el usuario, contrata en nombre propio y responde del buen fin de la operación.

De forma notoriamente errónea, el Tribunal de Defensa de la Competencia, en resolución de 11-10-94, estimó que la elaboración y venta de paquetes turísticos por una empresa que no tenía la condición de AV no podía considerarse como competencia desleal. Se apoyaba para ello en el art. 2.2 de la OM, que permite a transportistas, hoteleros y empresas turísticas la prestación de sus propios servicios. El error estriba en que: a) La organización y venta de paquetes es un fin propio de la AV y b) Que el art. 2.2 OM está referido a servicios individualizados que no son paquetes, sino que pueden prestarse por otras empresas especializadas (restauración, alojamiento, transporte, etc.).

La definición de paquete turístico que realiza la OMAV debe considerarse derogada por la LRVC. Esta (art. 2.1) lo llama viaje combinado, y lo define como «la combinación previa de, por lo menos, dos de los siguientes elementos vendida u ofrecida en venta con arreglo a un precio global, cuando dicha prestación sobrepase las veinticuatro horas o incluya una noche de estancia: a) transporte, b) alojamiento, c) otros servicios turísticos no accesorios del transporte o del alojamiento y que constituyan una parte significativa del viaje.»

En definitiva, este contrato se caracteriza por:

— La prestación de los servicios ha de sobrepasar las 24 horas, o incluir una noche de estancia.

— Ha de comprender dos de estos tres elementos: transporte, alojamiento u otros servicios distintos a éstos y que constituyan una parte significativa del viaje.

— Se ofrece o vende por un precio global, que incluye todos los servicios del paquete.

Realmente, la aparición del paquete turístico o viaje combinado (también denominado «viaje todo incluido», «forfait», etc.) ha supuesto un abaratamiento enorme de los servicios turísticos y ha obtenido un éxito espectacular entre los usuarios.

Las AAVV dedicadas a la organización y venta de paquetes (TTOO) contratan en masa con los proveedores de los servicios (plazas de alojamiento, de transporte, guías, traslados, excursiones, entradas y un largo etcétera). Al contratar gran volumen de servicios consiguen no ya una comisión, sino una fuerte rebaja en los precios. El TO, en su función organizadora, ensambla o fabrica un producto nuevo (el viaje combinado) a base de otros productos primarios o básicos. El beneficio del T.O. está en la diferencia de precio entre lo comprado al proveedor y lo vendido al usuario. Como quiera que, en general, los TTOO operan con un margen muy pequeño de beneficio, al final del proceso el producto turístico que venden es realmente muy barato.

El éxito del paquete, como producto nuevo, estriba no sólo en lo económico que resulta para el usuario, sino también en la comodidad de su adquisición. De tal suerte que no ha de adquirir uno por uno los servicios que forman el viaje combinado —muchas veces en otros países— sino que por un precio global, compra todo el viaje, con la seguridad de que habrá servicios disponibles.

Los contratos entre TTOO y empresas de alojamiento suelen incluir cláusulas denominadas liberación de plazas o release. El TO trata por todos los medios a su alcance mantener la posibilidad de anular las plazas contratadas sin penalización, cuando piense que no va a vender todos los paquetes que había previsto. Por el contrario, el proveedor intenta vender en firme, esto es, sin posibilidad de anular plaza alguna. La solución intermedia (release) consiste en fijar una fecha tope (dead line) a partir de la cual las anulaciones dan derecho al proveedor a percibir una indemnización por cada plaza anulada.

En los contratos con compañías aéreas charter, el TTOO fleta un vuelo completo asumiendo el riesgo de que no venda todas las plazas. Si por el contrario el viaje se realiza en línea regular, será la compañía aérea quien asuma la posibilidad de no vender todos los asientos⁴.

A veces el TTOO subfleta la totalidad del vuelo. O bien varios TTOO se unen entre sí para ello.

En cuanto a los paquetes turísticos por carretera, la LOTT y su reglamento (ROTT) los llaman transportes turísticos. El art. 110.1 LOTT los define como «los que ya tengan o no carácter periódico, se prestan a través de las agencias de viaje conjuntamente con otros servicios complementarios tales como los de alojamiento, manutención, guía turística, etcétera, para satisfacer de una manera general las necesidades de las personas que realizan desplazamientos relacionados con actividades recreativas, culturales, de ocio u otros motivos coyunturales.»

4 No obstante, existen tarifas en vuelo regular de uso exclusivo por los TTOO, que transfieren a éstos el riesgo, tales como las tarifas BULK o PART CHARTER, denominadas así porque equivalen a charter parte de las plazas en un avión de línea regular.

La AV puede contratar bien la capacidad total del autocar (verdadero flete) o bien «de forma individual o por asiento», si bien en la práctica esta última posibilidad es poco utilizada.

La LOTT (art. 111) se preocupa de afirmar que los transportes turísticos únicamente pueden contratarse a través de agencias de viaje, cosa lógica ya que la realización del paquete es tarea propia y exclusiva de la AV.

El art. 128 ROTT, por su parte, exige que los transportes turísticos deberán comprender el servicio de transporte de ida al punto de destino y vuelta al punto de origen en un mismo modo o en modos diferentes, y al menos dos de las siguientes prestaciones complementarias: pernociación, guía turística y manutención alimenticia. No obstante, si el transporte de ida y vuelta se realiza en menos de ocho horas, bastará con prestar uno sólo de dichos servicios.

A nuestro juicio, esta disposición debe entenderse derogada por la LRVC no sólo por ser posterior al ROTT, sino por ser de superior rango y además ser una ley especial.

El art. 129 ROTT dispone que cuando estos servicios sean coincidentes con una línea regular y tengan carácter periódico, el precio del paquete en donde estén incluidos deberá ser al menos un 30% superior a la tarifa del transporte en línea regular, con el fin de evitar una competencia desleal. A lo que parece, el artículo se refiere al precio del paquete y no al del transporte que en él se incluye, cosa lógica, ya que el precio del viaje combinado es global y en él no se factura servicio a servicio.

En el supuesto contemplado, la AV puede solicitar de la Administración competente —generalmente la Comunidad Autónoma— que la exonere de esta obligación, si queda justificada la posibilidad de realizar el paquete turístico a los precios ofrecidos y la especificidad de los usuarios que impida que se realice una competencia injustificada para la línea regular coincidente.

Por supuesto que la AV (art. 131 ROTT) puede asimismo realizar transportes discretivos, esto es aquellos que no están incluidos en paquete alguno, con contratación individual y cobro por asiento, siempre que los mismos revistan carácter ocasional o esporádico y vayan dirigidos a un grupo homogéneo de viajeros.

¿Cuál es la relación jurídica que une al TO con el proveedor en el contrato de paquete turístico? La tentación inmediata es considerarlo un contrato de mediación. Pero enseguida tropezamos con numerosas dificultades. En principio nada obsta a que el comisionista (la AV o TO) contrate en nombre propio, tal como autoriza el art. 244 del Código de Comercio. En la mayor parte de los contratos de viaje combinado, el TO contrata en nombre propio frente al usuario y en este caso «quedará obligado de un modo directo, como si el negocio fuese suyo, con las personas con quien contratare, las cuales no tendrán acción contra el comitente, ni éste contra aquellas...» (art. 246 C.Co). Este sistema se acomoda bastante bien al régimen de responsabilidad del art. 11.1 LRVC, del cual se desprende que el proveedor de los servicios no responde frente al usuario de la correcta prestación del servicio, sino frente al comisionista o el detallista, según los casos.

Es más, el art. 261 C.Co, prevé el supuesto de que el comitente delegue —como ocurre entre TO y detallistas— en otra persona el encargo recibido, cosa que prohíbe a menos que exista autorización del comitente. En el caso de AV organizadoras (TTOO), no es precisa, sin embargo, autorización alguna del proveedor de los servicios para que puedan delegar

la venta a otras AV minoristas o detallistas. Aquí sí existe cierta discrepancia entre el C.Co. y la LRVC⁵.

BAYÓN MARINÉ⁶ llega a dudar de la existencia de contrato entre ambas partes porque la AV «no está obligada a desarrollar ninguna actividad en relación con el encargo recibido». A nuestro juicio tal opinión no puede sostenerse. El propio C.Co. (art. 249) viene a decir que se entenderá aceptada la comisión cuando el comisionista ejecute alguna gestión en el desempeño del encargo. O dicho de otro modo, basta con el consentimiento tácito del comisionista —pues el del comitente ya se prestó— para que el contrato se perfeccione, y a partir de ese momento obligará a ambas partes.

Quizá la mayor dificultad que se plantea es que la AV organizadora vende todos esos servicios —que ha comprado o reservado a varios proveedores— de forma organizada y conjunta, en forma de paquete. Pero esto en nada afecta a las relaciones con el proveedor a quien ni beneficia ni perjudica que «su» servicio sea ofertado junto con otros para la formación de un paquete.

Por último, cabría pensar que para la fabricación de un paquete, el TO no compra para el usuario, sino para sí mismo, lo que se contrapone a la prohibición del art. 267 C.Co. Este artículo dispone que «ningún comisionista comprará para sí ni para otro lo que se le haya mandado vender...sin licencia del comitente.» Es decir, el C.Co. prohíbe la «autoentrada del comisionista». No obstante, la doctrina general (URIA, GARRIGUES) estima que dicha prohibición hay que contemplarla de forma restrictiva, pues en nada perjudica al comitente si éste dio instrucciones precisas en cuanto a la forma de realizar el encargo, de forma que le es indiferente que lo compre la propia AV o un tercero. La práctica mercantil, además, ha incluido esta posibilidad que se aparta, como vemos de lo preceptuado en el art. 267 C.Co.

La similitud de este contrato con el de Agencia es innegable. En opinión de URIA⁷ ambos contratos deben distinguirse netamente: mientras que en el contrato de mediación la relación que une a comisionista con comitente es esporádica o, al menos, ocasional y no estable, el agente está unido a su principal por lazos que tienen cierta vocación de continuidad, de forma continua y duradera. De otra parte, mientras el mediador es en principio «imparcial» entre comitente y usuario, el agente obra siempre de forma parcial, atendiendo siempre al interés de su principal.

También cabría identificarlo con el contrato de arrendamiento de servicios. Pero mientras en el contrato de mediación la comisión o precio puede faltar (art. 277 C.Co), no ocurre así con el arrendamiento de servicios en donde la retribución es elemento esencial del contrato. Además, mientras que el arrendamiento tiene por objeto actos materiales, la comisión se concede para la realización de actos jurídicos mercantiles.

A nuestro juicio, el contrato de viaje combinado no es sino un contrato de comisión mercantil que evidentemente presenta especialidades con respecto al régimen general del

5 La Sentencia del Tribunal Supremo de 6 de Abril de 1967, estimó que tal autorización había de ser terminante, clara e inequívoca, lo que también contradice la práctica mercantil de las AAVV quienes no necesitan autorización alguna para la distribución del paquete a través de las detallistas.

6 FERNANDO BAYÓN MARINÉ: «Legislación Turística Española». Ed. Civitas. Madrid, 1987, p. 525.

7 RODRIGO URIA: «Derecho Mercantil». Madrid 1966, p. 544.

C.Co. Obsérvese que estamos hablando siempre de la relación jurídica mercantil que une a proveedor con organizador. Esta es la cuestión que a veces ha confundido a algunos autores. El contrato de viaje combinado es una relación que se produce entre usuario y TO y, por supuesto, nada tiene que ver con el contrato de mediación.

c) La organización y venta de las llamadas «excursiones de un día» (art. 2 d) del D. 99/1996 de 27 de Junio, Comunidad Autónoma de Madrid). Se trata de paquetes que al tener una duración inferior a las 24 horas, no tienen la consideración de viajes combinados, si bien su regulación es similar.

d) La actuación como representante de otras agencias nacionales o extranjeras para la prestación en su nombre y a clientela de éstas de cualquiera de los servicios enumerados en el presente artículo.

Aquí se contempla el llamado contrato de corresponsalía, mediante el cual una agencia denominada principal, encarga a otra llamada corresponsal, la prestación de un determinado servicio a clientes de la primera. En realidad existe aquí una doble intermediación, convirtiéndose la segunda AV en una comisionista de la primera a la que cobrará la correspondiente comisión.

2. El ejercicio de las actividades a que se refiere el apartado anterior estará exclusivamente reservado a las Agencias de Viajes, sin perjuicio de la facultad conferida por la legislación vigente a transportistas, hoteleros y otras empresas turísticas para contratar directamente con los clientes la prestación de sus propios servicios.

2. Los fines secundarios de las AAVV

3. Además de las actividades anteriormente enumeradas, las Agencias de Viajes podrán prestar a sus clientes, en la forma señalada por la legislación vigente, los siguientes servicios:

El art. 2.3 OMAV contiene el listado de otras funciones que «además» podrán realizar las AAVV. Todas ellas, pues, tienen en común que cualquier otra empresa que legalmente esté autorizada para ello puede también llevar a cabo estas tareas. Por lo demás, en todos los casos se trata de actividades en las que la AAVV actúa como comisionista, contratando en nombre del proveedor de los servicios, salvo que utilice medios propios en la prestación de los mismos, en cuyo caso contrata directamente con el usuario. Son las siguientes:

a) Información Turística y difusión de material de propaganda

Desaparecidas las anteriores Agencias de Información Turística, reguladas en los arts. 36 a 66 de la derogada O. 31 de Enero de 1964, sus funciones las han asumido las actuales AAVV.

La información facilitada por estas empresas era retribuida por el usuario de acuerdo con una tarifas publicadas por el extinto Ministerio de Información y Turismo, salvo que se tratase de informaciones de carácter general, en cuyo supuesto eran gratuitas.

En la actualidad, las tareas de información y asesoramiento están atribuidas a profesionales (informadores turísticos o guías), o a oficinas de carácter público y gratuito (Oficinas de Turismo u Oficinas Españolas de Turismo en el extranjero, OET). No obstante, en Aragón, la Orden de 3 de Abril de 1990 crea y regula las «Oficinas de Información Turística colaboradoras de la Diputación General», cuya titularidad puede ser tanto pública como privada.

Además, las AAVV están autorizadas a prestar información y difusión de material impreso, aunque tal actividad tiene carácter gratuito, a menos que se trate de servicios prestados por informadores turísticos bien contratados por la propia AV, o bien cuando ésta solicita sus servicios a petición del cliente. Esta regla general de gratuidad quiebra en alguna Reglamentación de determinada Comunidad Autónoma, como Baleares.

b) Cambio de divisas y venta y cambio de cheques de viaje

Desde 1962 (O. de 24 de Julio de 1962, hoy derogada por RD 1816/1991), las Agencias de Viaje están autorizadas, junto con Bancos, entidades mercantiles, etc., a tener sus propias oficinas de cambios. Es esta una actividad fundamental para el tráfico turístico y mediante su regulación se pretendía «la mayor amplitud y extensión posibles [para el cambio de moneda] en beneficio del turismo...evitando con ello... la especulación de los particulares...».

Posteriormente, la Circular del Banco de España 16/1985 autoriza a hoteles, agencias de viaje, hostales, campings y demás establecimientos turísticos a operar el cambio de moneda y la compra de cheques de viaje denominados en moneda extranjera.

La citada circular imponía a todas estas empresas una extensa gama de obligaciones entre las que podemos resaltar las siguientes:

1. Dicha actividad debe realizarse en los propios locales de la empresa en donde se realiza la actividad principal.
2. Los cheques de viaje y billetes extranjeros, serán cedidos en el plazo de quince días a cualquier entidad delegada del Banco de España.
3. Podrán percibir una comisión del 2% sobre el contravalor en pesetas de los cheques y del 1% si se trata de billetes extranjeros.

No obstante, esta circular fue derogada expresamente por la 26/1987 de 20 de Octubre, que declara libres los tipos de cambio aplicables.

La normativa hoy en vigor al respecto es la Circular del Banco de España 8/1992 de 24 de Abril, que deroga la anterior. Según esta circular, las obligaciones de las oficinas de cambio de moneda más importantes, son:

1. Los tipos de cambio aplicables a las operaciones de compra o venta de moneda extranjera serán libres e incluirán comisiones y todo tipo de costes por servicios.
2. Están autorizadas la compra de divisas y cheques de viaje cifrados en divisas contra pesetas, tanto a residentes como a no residentes.
3. Entrega a no residentes de billetes españoles para gastos de estancia en España por el contravalor de los abonos exteriores recibidos a su favor en cuentas bancarias abiertas por los establecimientos de cambio de moneda.
4. Entrega de moneda extranjera a residentes y no residentes contra entrega por éstos de su contravalor en pesetas.

c) Expedición y transferencia de equipajes por cualquier medio de transporte

En esta actividad, la AV actúa como mediadora a comisión y, por tanto, recibe su retribución del transportista, no del usuario. Cabría preguntarse si es posible que la AV utilice «medios propios» en la prestación de este servicio. Dado que una AV no es ni puede dedicarse a actividades de transporte, sólo de forma ocasional y aislada sería posible tal cometido.

La O. de 3 de Agosto de 1950, declarada vigente de forma expresa por la LOTT, establece que cuando se trate de equipajes, «solo deberá abonar el viajero lo que, según tarifas de la línea corresponda al exceso de peso, más la cantidad destinada a la estación por el servicio prestado, que se entenderá gratuito si no hubiera exceso de peso.»

Por tal motivo, la AV sólo puede percibir el precio de dichos servicios más un recargo por «gastos de gestión» derivados de la operación.

d) Formalización de pólizas de seguro turístico, de pérdidas o deterioro de equipajes y otras que cubran los riesgos derivados de los viajes

Sin duda, la realización de un viaje comporta riesgos para el usuario que es conveniente prever y asegurar. La AV, ya se trate de un viaje combinado, ya de servicios sueltos, puede formalizar pólizas de seguro que cubran estas eventualidades. La AV puede intervenir en el contrato como simple mediadora o corredora de seguros entre la Compañía Aseguradora y el viajero, o bien constituirse en tomadora del seguro, mientras que el asegurado sería el usuario.

Generalmente todos los paquetes o viajes combinados suelen contener entre los servicios que ofrecen un seguro que cubre riesgos como accidentes, asistencia sanitaria, defensa jurídica, retraso o pérdida de equipajes, etc.

A veces, el importe de la prima está incluido en el precio global del paquete, aunque en ocasiones se ofrece de forma opcional, a abonar independientemente.

Anteriormente existía el denominado «seguro turístico» (D. 3404/1964 de 22 de Octubre), que ha desaparecido al aprobarse la Ley 30/1995 de 8 de Noviembre, de Ordenación y Supervisión de los Seguros Privados.

En cualquier caso, el seguro que la AV pueda contratar por sí o como mediadora, se complementa siempre con el Seguro Obligatorio de Viajeros (SOV, aprobado por R.D. 1575/1989 de 22 de Diciembre). Este seguro es, como su nombre indica, obligatorio para todo tipo de transportes públicos y el importe de la prima estará incluido necesariamente en el del billete.

Como es natural, ninguna AV puede intervenir como Aseguradora, ya que para ello sería preciso que en sus estatutos figurase como objeto social exclusivo la práctica de operaciones de seguro (art. 11 LOSSP), lo que también es incompatible con los dictados de la OMAV.

e) Alquiler de vehículos con o sin conductor

El arrendamiento de vehículos con conductor está regulado en los arts. 133 a 137

LOTT, 180 a 182 y Disp. Adicional 2ª ROTT, y por la OM. 14.6.93 sobre este tipo de arrendamientos. El art. 10 a) de esta última exige, al igual que en el caso de los seguros, que la sociedad tenga por objeto exclusivo el arrendamiento de vehículos con conductor, lo que excluye que la AV pueda utilizar «medios propios» en la prestación de este servicio.

Tratándose de alquiler de vehículos sin conductor, la normativa aplicable es la contenida en la LOTT (arts. 133 a 137), ROTT (174 a 179) y OM 27.3.92 por la que se regula este tipo de servicios.

La celebración de estos contratos de arrendamiento —dice la OM 27.03.92— se realizará en los locales u oficinas de la empresa arrendadora, hoteles, agencias de viaje, complejos turísticos o centros similares (art. 22).

La utilización de AAVV como mediadoras en este tipo de servicio no ha sido tradicionalmente muy frecuente en España. Las propias empresas han recurrido a instalar sus oficinas en Aeropuertos, puertos y otros lugares de tránsito, captando de modo directo a su clientela.

f) Reserva, adquisición y venta de billetes o entradas de todo tipo de espectáculos, museos y monumentos

En esta tarea, como es lógico, la AV actúa como mediadora a comisión. A veces, tratándose de espectáculos muy solicitados el importe de los billetes está incluido en el precio del paquete y en estos casos es frecuente que la AV no obtenga comisión por la venta.

g) Alquiler de útiles y destinados a la práctica del turismo deportivo

h) Fletar aviones, barcos, autobuses, trenes especiales y otros medios de transporte para la realización de servicios turísticos propios de su actividad

La OMAV utiliza incorrectamente el verbo fletar, pues el flete es un contrato mercantil referido exclusivamente a mercancías, no a pasajeros. En cualquier caso, se entiende perfectamente que se refiere a la contratación por entero de la capacidad de pasaje y carga de un medio de transporte para su posterior venta, asiento por asiento a los usuarios.

Dicha definición nos vale para cualquier medio de transporte. Ya hemos visto que está previsto en la LOTT y el ROTT respecto del transporte terrestre. En materia de ferrocarriles y navegación marítima, el contrato sólo se utiliza para el transporte de mercancías.

En materia de transporte aéreo, el contrato suele llamarse «charter», existiendo compañías aéreas que se dedican en exclusiva a esta actividad.

Este contrato no tiene regulación expresa en nuestro derecho positivo, de manera que hemos de seguir las normas generales sobre el contrato de transporte y también el Convenio de Varsovia de 12 de Octubre de 1929 y la Ley de Navegación Aérea (LNA). En este contrato, que llamaremos «charter» para evitar confusiones, intervienen las siguientes personas:

* La empresa fletante, que es la compañía de transporte aéreo, también llamada transportista o porteador.

* El fletador; compañía que contrata con el fletante la capacidad total del avión (en nuestro caso, una AV o TO).

* El pasajero, que contrata con el fletador la prestación del transporte aéreo. El pasajero es, además, cargador de su propio equipaje

La principal obligación del transportista es trasladar incólume al pasajero y a su equipaje al lugar de destino. El transportista no pierde por el hecho de contratar el vuelo charter ninguna autoridad sobre el aparato y su tripulación.

El fletador está obligado a abonar al fletante el precio del charter, que se fija de común acuerdo entre ambos. El precio incluye todos los gastos que se originen como consecuencia del vuelo, incluyendo la remuneración del personal. Entre los gastos que corren de cuenta del fletador están los vuelos de posición, también llamados «patas vacías» (empty legs) o vuelos de posición; esto es, vuelos en vacío a la ida o al regreso. Esta circunstancia se produce cuando un TO contrata una serie de vuelos con la compañía aérea del tipo «back to back» o «lanzadera». En ellos el avión lleva a un grupo al lugar de destino y regresa al lugar de origen; recoge a otro grupo que es transportado al mismo lugar en donde recoge al primer grupo, y así sucesivamente. De esta manera, al principio y al final de la serie existirán vuelos de posición en vacío cuyo costo es también cargado al TO. Para evitar este coste adicional el TO puede intentar subfletar estos dos vuelos a un tercero.

El fletador, una vez contratado el vuelo, contrata a su vez con los pasajeros, a quienes cobrará la cantidad que estime oportuno, de acuerdo con sus gastos, el número de asientos que espera vender y otros factores. Por supuesto, si no logra vender todos los asientos, correrá con las pérdidas si las hubiere, de manera que en el charter el riesgo de la explotación corresponde al fletador y no a la línea aérea.

Nada impide, por otra parte, que sean varios los fletadores. Ocurre esto cuando varios TTOO contratan un vuelo charter, repartiéndose entre ellos el importe del precio, en proporción a las plazas que cada uno contrate.

También es posible que existan contratos de subflete, en los que el fletador contrata a su vez con un tercero parte de las plazas que había adquirido. En este supuesto, el obligado frente a la compañía aérea es el fletador.

Por su parte, el pasajero tiene como obligación principal la de abonar al fletador el importe del billete (o el del paquete si es que está incluido en él) y observar las normas de seguridad y comportamiento adecuados en el vuelo. Como es natural, le corresponde el derecho a ser transportado junto con su equipaje en las condiciones convenidas. El billete de línea charter es intransferible y su no utilización comporta la pérdida de los derechos que otorga.

El vuelo charter ha sido uno de los principales impulsores del turismo de masas desde los años sesenta. Su flexibilidad y, sobre todo, su precio económico han hecho de él instrumento indispensable para el turismo vacacional. Tradicionalmente un vuelo charter ha sido más económico que uno en línea regular. La razón está en el coeficiente de carga de uno y otro (load factor). Mientras que en el vuelo charter la compañía aérea se garantiza la venta completa de todo el vuelo, en línea regular el avión ha de partir independientemente del número de personas que hayan adquirido el billete.

Esta circunstancia, junto con la liberalización del transporte aéreo en Europa y EEUU, ha motivado que las líneas aéreas regulares se lancen al mercado turístico con tarifas reducidas (APEX, Inclusive Tour, etc.), con el fin de captar mayor cuota de mercado. Un ejemplo es la utilización por las compañías regulares de la tarifa denominada BULK o PART CHARTER, denominada así porque equivale a charterear parte de las plazas en línea regular, o sea, a garantizarse la venta de un número determinado de asientos⁸. La tarifa IT (Inclusive Tour), es más reducida que las normales y se concede a AAVV siempre que las utilicen en la construcción de paquetes.

El flete no es una actividad propia de las AAVV, aunque en la mayor parte de los casos el fletador lo sea. Quiere decirse que cualquier otra persona física o jurídica puede fletar un avión u otro medio de transporte, siempre que no lo utilice para la construcción de viajes todo incluido.

i) Prestación de cualesquiera otros servicios turísticos que complementen los enumerados en el presente artículo

De este último apartado se desprende que la enumeración anterior (letras a) a h)), sólo tiene carácter enunciativo y no exhaustivo.

No se menciona, por ejemplo, la actividad de traslados o «transfers», que el anterior reglamento de AAVV consideraba un fin propio de éstas, u otras funciones como tramitación de pasaportes y visados, etc.

Lo cambiante que resulta el mercado turístico ha motivado la aparición de nuevas actividades (complejos en timesharing, sistemas informáticos, brokers, etc.), lo que motiva que las AAVV hayan de adaptarse a los nuevos requerimientos del consumidor, prestando nuevos servicios no contemplados en la legislación que aquéllos les solicitan.

4. La contratación de las Agencias de Viajes con las empresas hoteleras y de alojamientos turísticos, transportistas y prestadoras de servicios turísticos de todo tipo, radicadas en España, se ajustará a la legislación específica en cada caso.

Es esta una obviedad que la OMAV muy bien pudiera haber omitido. Naturalmente que las relaciones entre AAVV y prestadores de servicios se regulan por lo que disponga la «legislación específica». Parece que el art. 3.4 se refiere a aquellos contratos en los que la AV contrata en nombre propio, o sea, asumiendo el riesgo de la operación. Por «legislación específica» hay que entender aquellas normas jurídicas civiles y mercantiles y administrativas que regulan contratos como el de hospedaje, transporte, mediación y otros.

No obstante lo expuesto, es importante destacar que es frecuente la existencia de convenios entre organizaciones de AAVV y hoteleros (convenio AIH-FUAAV), transportistas, etc., tanto de carácter nacional como internacional.

⁸ Algunas de estas tarifas son confidenciales entre TTOO y compañías aéreas y, por tanto no son públicas. La UE tiene el propósito de eliminar la privacidad de las tarifas.

III. LA CLASIFICACIÓN DE LAS AGENCIAS DE VIAJES

Art. 3 Las Agencias de Viaje se clasifican en tres grupos:

Mayoristas: son aquellas que proyectan, elaboran y organizan toda clase de servicios y paquetes turísticos para su ofrecimiento a las Agencias Minoristas, no pudiendo ofrecer sus productos directamente al usuario o consumidor.

Minoristas: son aquellas que o bien comercializan el producto de las Agencias Mayoristas vendiéndolo directamente al usuario o consumidor, o bien proyectan, elaboran, organizan y/o venden toda clase de servicios y paquetes turísticos directamente al usuario, no pudiendo ofrecer sus productos a otras Agencias.

Mayoristas-Minoristas: son aquellas que pueden simultanear las actividades de los dos grupos anteriores

La distinción entre los tres grupos de agencias tiene cierta raigambre en el panorama jurídico y turístico español. La anterior legislación las llamaba Grupo A, Grupo B y Mayoristas y cumplían funciones idénticas a las actuales.

Las Agencias Mayoristas se dedican fundamentalmente a la elaboración de paquetes turísticos (viajes combinados, según la actual LRVC) con la limitación importante de que no pueden ofrecerlos directamente al consumidor, sino a las agencias minoristas, quienes a su vez venderán el producto al público percibiendo una comisión de las primeras. De esta forma, y desde un punto de vista estrictamente económico, las mayoristas están obligadas a utilizar canales de comercialización ajenos, lo que comporta el inconveniente de tener que abonar comisiones.

La relación entre agencia mayorista y agencia minorista se encuadra sin dificultad en el contrato de comisión o mandato mercantil comentado más arriba, de forma que la minorista (o detallista) se convierte en comisionista de la mayorista (comitente) a la que cobrará un precio por cada operación que realice, previamente convenido entre ambas (comisión).

Las Minoristas (llamadas a veces «detallistas» en Reglamentaciones autonómicas) realizan una función doble. Por una parte comercializan los productos de las mayoristas (paquetes, normalmente). Y por otra pueden vender sus propios productos y paquetes turísticos a los usuarios, con la prohibición de hacerlo a otras agencias.

Muchas AAVV minoristas están especializadas exclusivamente en la venta de paquetes ajenos, o en la venta de billetes de transporte, principalmente el aéreo. Como su tamaño suele ser menor que el de las mayoristas, no es muy frecuente que se conviertan en TTOO, puesto que ello exige una infraestructura y unos recursos de los que muchas de ellas carecen. De hecho, el sector minorista en España está muy atomizado: en 1995 existían más de 3.500 establecimientos entre casas centrales y sucursales⁹.

Las Mayoristas-Minoristas (mixtas) están autorizadas para simultanear ambas funciones, de manera que en la práctica sus actividades abarcan:

- la organización y venta de servicios y paquetes a otras agencias.
- la organización y venta de servicios y paquetes al usuario o consumidor.

9 Secretaría General de Turismo: Guía de Agencias de Viajes 1995.

- la venta de paquetes y servicios ajenos a otras agencias
- la venta de paquetes y servicios ajenos al consumidor.

Como es lógico, una agencia mixta debe poseer sus propios canales de distribución si desea comercializar sus productos y ahorrarse la comisión. Esta circunstancia crea a veces tensiones con las minoristas que no ven con buenos ojos tener que vender el mismo producto que el «fabricante».

En definitiva, el proceso de distribución del paquete turístico, puede revestir las siguientes formas:

M——m——consumidor
 M——X——consumidor
 M——X——m——consumidor
 X——consumidor
 X——m——consumidor
 m——consumidor

Donde M es mayorista, m minorista, y X agencia mixta. Naturalmente es posible que la cadena de mayoristas o mixtas sea interminable, pues nuestra legislación no impide que las mayoristas se vendan entre sí, y lo mismo ocurre con las agencias mixtas.

La entrada en vigor de la LRVC planteó la duda de si quedaba eliminada la prohibición para el mayorista de vender al usuario, toda vez que dicha ley habla, en ocasiones, de las relaciones entre el organizador y el usuario (arts. 2.3, 3.1, 6, etc.). A nuestro juicio nada hay en la ley que permita hacer una interpretación en ese sentido. La razón de ello está en que la LRVC no es sino una transposición a la legislación interna española de la Directiva de la CEE 90/314 de 13 de Julio de 1990. Y en Europa, la mayoría de los países no contempla en su legislación interna la figura del Mayorista-minorista, de suerte que el organizador puede realizar ambas funciones. En España, pues, el mayorista no tiene acceso directo al usuario sino a través de otras agencias.

Al margen de la clasificación legal, la práctica mercantil habla a menudo de los Tur Operadores (Operadores Turísticos, Tour Operators y nombres análogos). El TO es en esencia una gran AV que se dedica casi en exclusiva a la fabricación de paquetes turísticos o viajes combinados a la oferta. En el caso español, los TTOO suelen revestir la forma de mayorista o la de mayorista-minorista. Pero nada impide que una minorista también lo sea, ya que como hemos visto, las detallistas pueden organizar paquetes aunque sólo pueden venderlos al usuario. El menor tamaño de las minoristas hace que ello no sea frecuente, aunque existen excepciones notables (Viajes Halcón y otros).