

Decreto 56/2007, de 8 de mayo, de Ordenación de las Agencias de Viajes y Centrales de Reservas de Castilla-La Mancha.

(DOCM 98 de 11-05-2007)

La Comunidad Autónoma de Castilla-La Mancha ostenta competencia exclusiva en materia de ordenación y promoción del turismo en su ámbito territorial, en virtud de lo establecido en los artículos 31.1.18ª de su Estatuto de Autonomía. Al amparo de este marco competencial, se publicó la Ley 8/1999, de 26 de mayo, de Ordenación del Turismo de Castilla-La Mancha, cuyo Capítulo III del Título III regula las empresas de mediación turística, distinguiendo entre ellas las agencias de viajes y las centrales de reservas.

En el caso de las agencias de viajes ha seguido vigente el Decreto 2/1988, de 12 de enero, si bien los cambios sectoriales y jurídicos acaecidos desde el año 1988 exigen una nueva regulación de esta actividad de intermediación turística, respetando la regulación estatal en materia de viajes combinados, regulados por Ley 21/1995, de 6 de julio, de Viajes Combinados, modificada posteriormente por la Ley 39/2002, de 28 de octubre.

En la presente regulación se han tenido en cuenta los profundos cambios que se están produciendo en la intermediación turística, ofreciendo a las empresas un marco jurídico que favorezca su eficiencia y competitividad. Se regulan por primera vez en Castilla-La Mancha las centrales de reservas, con el objetivo de poder distribuir correctamente unos productos turísticos que en muchas ocasiones no han accedido al canal de intermediación y en otras lo han hecho desde figuras sin regulación legal. Asimismo se regula la figura de las agencias que prestan sus servicios a través de los medios electrónicos de la sociedad de la información, siempre teniendo en cuenta las disposiciones de rango superior que afectan directamente a esta modalidad de intermediación turística.

Como elemento innovador cabe destacar la desaparición de la obligación de la exclusividad del local con la actividad comercial de intermediación, considerando que esta medida, en el entorno en el que desarrollarán su actividad las agencias en los próximos años, devendrá en una ventaja competitiva que puede ser beneficiosa tanto para las agencias como para los servicios que recibirán los usuarios.

En su virtud, a propuesta de la Consejería de Industria y Tecnología, de acuerdo con el Consejo Consultivo de Castilla-La Mancha y previa deliberación del Consejo de Gobierno en su reunión de 8 de mayo de 2007.

Dispongo:

Capítulo I Disposiciones generales

Artículo 1. Objeto.

El presente Decreto tiene por objeto la regulación de las empresas de mediación turística, entendiendo como mediación o intermediación turística el servicio turístico consistente en celebrar contratos o facilitar su celebración entre los oferentes y los demandantes de las actividades y servicios turísticos.

Artículo 2. Ámbito de aplicación.

El presente Decreto es de aplicación a:

- a) Las empresas de mediación turística cuyo domicilio social se encuentre en territorio de la Comunidad Autónoma de Castilla-La Mancha.
- b) Las empresas de mediación turística cuya actividad se preste a través de los medios electrónicos de la sociedad de la información, cuando tuvieren su domicilio fiscal en Castilla-La Mancha por tener el lugar en que efectivamente centralicen su gestión administrativa y la dirección de sus negocios.
- c) Los establecimientos que, perteneciendo a empresas de mediación turística domiciliadas fuera de Castilla-La Mancha y legalmente constituidas según la normativa aplicable en su territorio, desarrollen su actividad en Castilla-La Mancha.

Artículo 3. Clasificación de las empresas de mediación turística.

Las empresas de mediación turística se clasifican en dos grupos:

1. Agencias de viajes: Tienen la consideración de agencias de viajes las empresas de las que sean titulares personas físicas o jurídicas que, en posesión del título-licencia correspondiente, se dedican en exclusiva a la mediación en la prestación de cualesquiera servicios turísticos, así como a la organización y/o comercialización de viajes combinados o de otros servicios sueltos, pudiendo utilizar medios propios para la prestación de dichos servicios. Dentro de este grupo se distinguen tres categorías:

- a) Agencias de viajes mayoristas, entendiendo por tales aquellas que proyectan, elaboran y organizan toda clase de servicios turísticos para su ofrecimiento a las agencias de viajes minoristas o mayoristas-minoristas. Las agencias de viajes mayoristas no podrán ofrecer ni vender directamente sus productos al usuario turístico o consumidor final.
- b) Agencias de viajes minoristas, entendiendo por tales aquellas que comercializan los servicios turísticos organizados por las agencias de viajes mayoristas o aquellos otros organizados por ellas mismas, sin que en este último caso puedan hacerlo a través de otras agencias de viajes minoristas, salvo en el supuesto de ejercicio de funciones de representación de otras agencias, siempre y cuando actúen en nombre y por cuenta de su representada.
- c) Agencias de viajes mayoristas-minoristas, entendiendo por tales aquellas que pueden simultanear las actividades señaladas en los puntos a) y b) de este apartado.

2. Centrales de reservas: Tienen la consideración de centrales de reservas las empresas de las que sean titulares personas físicas o jurídicas que, estando en posesión del título-licencia correspondiente, se dedican a la reserva de servicios turísticos de forma individualizada.

Artículo 4. Derechos de las empresas de mediación.

Las empresas de mediación turística, además de los derechos reconocidos en el artículo 10 de la Ley 8/1999, de 26 de mayo, de Ordenación del Turismo de Castilla-La Mancha, tendrán derecho a utilizar en exclusiva las locuciones “agencia de viajes” y “central de reservas”, según proceda, con fines publicitarios, distintivos o identificativos de la empresa. En particular, los términos “viaje” o “viajes”, sus sinónimos y palabras equivalentes en otros idiomas, sólo podrán usarse como todo o parte del nombre comercial o denominación de la empresa por quienes tengan la condición legal de agencias de viajes.

Artículo 5. Nombre comercial y marca.

1. En el caso de que las empresas de mediación turística deseen utilizar en el ejercicio de sus actividades una marca comercial diferente de su nombre o denominación social deberá comunicarlo previamente a la Dirección General competente en materia de turismo, acompañando la oportuna certificación registral expedida por la correspondiente oficina de patentes y marcas.

2. En el exterior del local donde se halle instalado el establecimiento deberá figurar el rótulo donde conste claramente el nombre de la empresa, grupo a que pertenece y el código de identificación. Cuando se utilice una marca diferente al nombre, ésta deberá colocarse al lado del número del título-licencia.

Sección 1ª Título-licencia

Artículo 6. Título-licencia.

1. La obtención del título-licencia es condición previa e indispensable para el inicio de actividad por parte las empresas de mediación turística, debiendo cumplir los requisitos establecidos en esta Sección.

2. El título-licencia habilitará a su titular para el ejercicio de la actividad correspondiente en el establecimiento central, entendiéndose por tal aquel en el que tenga fijado su domicilio social o el lugar en que esté efectivamente centralizada la gestión administrativa y la dirección de sus negocios, así como en las sucursales y puntos de venta, en los términos establecidos en el presente Decreto.

3. El título-licencia es intransferible y caducará cuando su titular no ejerza la actividad durante al menos seis meses continuados.

Artículo 7. Solicitud y documentación.

1. La solicitud del título-licencia se dirigirá a la Dirección General competente en materia de turismo y podrá ser presentada en las correspondientes Delegaciones Provinciales por cualquiera de los medios previstos en la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común, en el modelo normalizado contenido en el Anexo.

2. La solicitud deberá acompañarse de la siguiente documentación:

a) Póliza de seguro para afianzar el normal desarrollo de su actividad, que garantice los posibles riesgos de su responsabilidad, la cual será directa o subsidiaria, según la utilización de medios propios o no en la prestación del servicio. La póliza del seguro deberá cubrir los tres bloques de responsabilidades siguientes:

1º. La responsabilidad civil de explotación del negocio.

2º. La responsabilidad civil indirecta o subsidiaria.

3º. La responsabilidad por daños patrimoniales primarios.

Estas coberturas tendrán que incluir la totalidad de los siniestros: daños corporales, daños materiales y los perjuicios económicos causados. La póliza para cada uno de los tres bloques de responsabilidad tendrá que cubrir la cuantía mínima de 150.000 euros y la empresa deberá mantenerla permanentemente vigente.

b) Copia fehaciente de los contratos debidamente formalizados a nombre de la empresa o títulos que prueben fehacientemente la disponibilidad de la sede social y de los locales abiertos al público a favor de la persona física o jurídica que solicite el título-licencia.

c) Identificación de la persona que ejercerá las funciones de representación ante la Consejería competente en materia de turismo. En caso de que la representación no la ostente el apoderado que se deduzca de la escritura de constitución presentada, deberá acreditar mediante poder su relación con la empresa.

d) Documento acreditativo de la constitución de la fianza o de la inclusión de la empresa en el fondo solidario de garantía, en la forma y cuantía dispuesta en esta Sección.

e) Certificación expedida por la Oficina Española de Patentes y Marcas que acredite la solicitud del nombre comercial y rótulo del establecimiento correspondiente al nombre que pretenda adoptar la empresa e informe previo de los antecedentes registrales expedido por el mismo organismo.

f) Informe del Ayuntamiento correspondiente, emitido previamente al otorgamiento de la licencia municipal de apertura, acreditativo que se dan las condiciones urbanísticas de habitabilidad y seguridad exigidas por la normativa urbanística y sectorial. Este informe no será exigible en relación a las empresas de comercio electrónico.

g) Fotocopia compulsada del Documento Nacional de Identidad y del número o código de identificación fiscal.

3. Las empresas que revistan la forma de sociedades mercantiles deberán además presentar copia compulsada de la escritura de constitución de la sociedad mercantil de acuerdo con la legislación vigente en la que conste la inscripción en el Registro Mercantil, así como de los poderes de los solicitantes cuando éstos no se deduzcan claramente de la escritura. En la escritura y en los estatutos sociales se hará constar de manera expresa, que el objeto único y exclusivo de la sociedad es el ejercicio de la actividad de agencia de viajes o de central de reservas.

4. Si la solicitud fuera defectuosa o la documentación incompleta, se concederá un plazo de subsanación de diez días, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 71 de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común.

Artículo 8. Resolución.

La Dirección General competente en materia de turismo resolverá la solicitud presentada, que habrá de ser notificada al interesado en el plazo máximo de tres meses desde su presentación, transcurrido el cual sin que se hubiera notificado la resolución expresa, se entenderá estimada la solicitud del título licencia, en cuyo caso la empresa deberá solicitar de la Dirección General competente en materia de turismo su código de identificación e inscripción en el Registro General de Empresas, Establecimientos, Asociaciones de Empresarios Turísticos y Entidades Turísticas no Empresariales de Castilla-La Mancha. La resolución por la que se conceda el título-licencia indicará el grupo y categoría al que pertenece la empresa y su código de identificación.

Artículo 9. Autorización de apertura de sucursales.

1. Las empresas de mediación turística podrán abrir al público cuantos establecimientos consideren oportunos. Para la apertura de los establecimientos no contemplados en el título-licencia deberán solicitar previamente la correspondiente autorización administrativa, debiendo presentar la misma documentación exigida a la matriz en cuanto a disponibilidad de los locales y rótulos en el artículo 7 del presente Decreto.

2. De conformidad con el número de establecimientos ya autorizados se deberá acreditar, si procede, el incremento de la cuantía de la fianza exigible.

3. Las agencias de viajes podrán además abrir puntos de venta en una empresa para servicio exclusivo de la misma, atendidos siempre por personal de la agencia, teniendo la consideración de sucursales a todos los efectos. Para solicitar la apertura de estos puntos de venta la agencia sólo deberá presentar autorización expresa de la empresa para instalarse en sus locales.

Sección 2ª

La fianza

Artículo 10. Concepto.

Las empresas de mediación turística tendrán la obligación de constituir y mantener en permanente vigencia una fianza, individual o colectiva, para responder del cumplimiento de las obligaciones derivadas de la prestación de sus servicios frente a los consumidores y especialmente del reembolso de los fondos depositados y el resarcimiento por los gastos de repatriación en el supuesto de insolvencia o quiebra, conforme a lo dispuesto en el artículo 12 de la Ley 21/1995, de 6 de julio, Reguladora de los Viajes Combinados o normativa que la sustituya.

Artículo 11. Fianza individual.

1. La fianza individual deberá cubrir las siguientes cuantías:

- a) Agencias de viajes minoristas: 60.000 euros.
- b) Agencias de viajes mayoristas: 120.000 euros.
- c) Agencias de viajes mayoristas-minoristas: 180.000 euros.
- d) Centrales de reservas: 60.000 euros.

2. La fianza individual podrá formalizarse mediante:

- a) Ingreso en metálico o título de emisión pública en la Caja General de Depósitos de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha.
- b) Aval bancario.
- c) Póliza de caución.

3. Las cuantías indicadas cubrirán la apertura de hasta seis establecimientos, incrementándose la fianza individual en la cantidad de 12.000 euros por cada establecimiento adicional.

Artículo 12. Fianza colectiva.

1. Las empresas de mediación turística podrán formalizar una fianza colectiva mediante la inclusión voluntaria de las empresas de mediación, a través de las asociaciones legalmente constituidas, en un fondo solidario de garantía. La cuantía de esta fianza colectiva será del 50 por 100 de la suma de las fianzas que las empresas de mediación individualmente consideradas habrían de constituir de acuerdo con el artículo anterior y su importe global no podrá ser inferior a 2.400.000 euros por asociación de carácter nacional o regional. Las cuantías indicadas de afianzamiento colectivo cubrirán la apertura de seis establecimientos, debiendo incrementarse en la cantidad de 6.000 euros por cada nuevo establecimiento que sobrepase dicha cifra.

Cualquier modificación en la composición de las asociaciones constituidas para afianzar de forma colectiva deberá ser comunicada de inmediato a la Dirección General competente en materia de turismo.

2. Las formas de constituir esta fianza serán las señaladas para la fianza individual y estarán a disposición de la Dirección General competente en materia de turismo en razón de la sede social en Castilla-La Mancha de las empresas de mediación incluidas en el fondo de garantía colectivo y en proporción al número y grupo de las mismas.

Artículo 13. Alcance de las fianzas.

1. La fianza quedará afecta al cumplimiento de las obligaciones que deriven de:
 - a) Resolución firme en vía judicial declaratoria de responsabilidades económicas de las empresas de mediación, derivadas de acciones ejercitadas por los consumidores o sus asociaciones, como son, entre otras, el reembolso de los fondos depositados y el resarcimiento por los gastos de repatriación en el supuesto de insolvencia o quiebra.
 - b) Laudo dictado por las Juntas Arbitrales de Consumo.
2. La fianza no podrá ser cancelada durante la tramitación de un procedimiento de revocación, renuncia o baja del título- licencia, ni hasta después de transcurrido un año desde que la resolución del correspondiente procedimiento sea firme.
3. En el caso de ejecutarse la fianza, la agencia de viajes o la central de reserva afectada vendrá obligada a reponerla en el plazo de quince días hábiles, hasta cubrir nuevamente la totalidad inicial de la misma.

Sección 3ª

La actividad de mediación a través de medios electrónicos de la sociedad de la información

Artículo 14. Actividades de mediación turística a través de medios electrónicos.

1. A los efectos del presente Decreto, se consideran actividades de mediación turística a través de medios electrónicos de la sociedad de la información, las prestadas por empresas de mediación turística que se realizan normalmente a título oneroso, a distancia y por vía electrónica, a petición individual del destinatario y se enmarquen dentro de los servicios propios de su actividad, realizados por empresas de mediación provistas del correspondiente título-licencia.
2. Las empresas de mediación turística podrán realizar sus funciones de reserva o venta de servicios y productos turísticos por cualquier procedimiento electrónico, ajustándose a la legislación vigente en la materia. Estas empresas no están obligadas a disponer de establecimientos abiertos al público, si bien deberán cumplir, en todo caso, con el resto de los requisitos y condiciones establecidos en el presente Decreto, en las disposiciones sobre ordenación del comercio y demás normativa aplicable a la contratación telefónica o electrónica.

Artículo 15. Requisitos específicos para las empresas que presten sus servicios a través de medios electrónicos de la sociedad de la información.

1. Las empresas de mediación turística que presten sus servicios a través de la sociedad de la información deberán cumplir, además de las disposiciones del presente Decreto, la Ley 34/2002, de 11 de julio, de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico y la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de Firma Electrónica.
2. Sin perjuicio de la normativa que le sea de aplicación, estas empresas están obligadas a disponer de los medios que permitan, tanto a la Dirección General competente en materia de turismo como a los usuarios que demanden sus servicios, acceder de forma permanente, fácil, directa y gratuita a la siguiente información:
 - a) Nombre de la empresa.
 - b) Nombre comercial, domicilio, código de identificación de la empresa y, en su caso, marca o características detalladas del producto o servicio turístico.
 - c) Si se trata de un viaje combinado, deberá contener la información exigida por la normativa aplicable.
 - d) Precio detallado, así como sistema de pago, del que el cliente deberá tener comprobante en soporte físico.
 - e) Cuantos aspectos generales y específicos hagan referencia a la contratación del producto o servicio turístico.
 - f) De carácter comercial:
 - 1º. Los datos del producto ofrecido, que, como mínimo, incluirán el tipo de servicio, suelto o combinado. En este último caso, las agencias de viajes incluirán en el folleto informativo electrónico la identificación del organizador, responsabilidad, destinos, duración y calendario del viaje, excursiones facultativas, medios de transporte, especificando características y clase, y establecimientos de alojamiento, con indicación expresa del período de validez de la oferta.
 - 2º. El coste total de los servicios, con indicación de los impuestos, el derecho de desistimiento de los servicios contratados y las cantidades objeto de indemnización a la empresa de mediación por los gastos de gestión realizados.
 - g) De los servicios de la sociedad de la información.
 - 1º. Certificación expedida por la autoridad correspondiente del nombre o nombres de dominio de Internet que utilicen o vayan a utilizar para la realización de actividades económicas en la red.
 - 2º. Datos identificativos del prestador de servicios de certificación de firma electrónica y de su inscripción en el registro oficial correspondiente.
 - 3º. En su caso, datos de la póliza de seguros de actividades electrónicas.
 - 4º. Medios para presentar reclamaciones y quejas y dirección para su remisión.
 - h) Del tratamiento de los datos de carácter personal. Se indicará de forma clara y precisa el uso y tratamiento que se dará a la base de datos que se genere como consecuencia del ejercicio de la actividad y su conformidad con legislación en materia de protección de datos. La obligación de facilitar esta información se entenderá cumplida si el prestador la incluye en su página o sitio de Internet.

3. Las empresas de mediación turística están obligadas a poner los medios que permitan a sus clientes disponer, con carácter inmediato a su celebración, de un justificante de las operaciones realizadas.

Artículo 16. Publicidad electrónica de las empresas de mediación turística.

Sin perjuicio de la normativa que le sea de aplicación y especialmente de lo dispuesto en la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, y en la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal, las comunicaciones comerciales de carácter publicitario realizadas por vía electrónica deben ser claramente identificables como tales, indicando los datos identificativos de la empresa de mediación turística que los realiza, precisando con exactitud la validez temporal de cada oferta y teniendo como contenido mínimo el exigido por la normativa comunitaria y estatal que le sea de aplicación.

Capítulo II Agencias de viajes

Artículo 17. Objeto de su actividad.

1. El objeto propio ejercido en régimen de exclusividad por las agencias de viajes, con las excepciones previstas en este Decreto para las centrales de reservas, está constituido por:

- a) La mediación en la venta de billetes y reserva de plazas en toda clase de medios de transporte.
- b) La mediación en la reserva de plazas en cualquier alojamiento turístico.
- c) La mediación en la contratación de cualesquiera otros servicios turísticos prestados por las empresas turísticas, reconocidas como tales por la Ley 8/1999, de 26 de mayo, de Ordenación del Turismo de Castilla-La Mancha y demás normativa dictada en desarrollo de la misma.
- d) La organización o comercialización de viajes combinados, de acuerdo con la Ley 21/1995, de 6 de julio, Reguladora de los Viajes Combinados o normativa que la sustituya.
- e) La organización o comercialización de excursiones de duración no superior a veinticuatro horas o que no incluyan una noche de estancia, ofrecidas por la agencia o proyectadas a solicitud del usuario, por un precio global.
- f) La representación de otras agencias de viajes con la finalidad de prestar a sus clientes, por cuenta y en nombre de aquéllas, cualesquiera de los servicios turísticos enumerados en este artículo.
- g) Cualquier otro servicio turístico que se reconozcan propios de su actividad de acuerdo con la legislación vigente.

2. Además de las actividades anteriormente citadas, las agencias de viajes podrán prestar a sus clientes, los siguientes servicios:

- a) Información turística, difusión o venta de material publicitario relacionado con el turismo.
- b) Cambio de divisas y venta y cambio de cheques de viajeros.
- c) Expedición y transferencia de equipajes por cualquier medio de transporte.
- d) Formalización de pólizas de seguro turístico, de pérdida o deterioro de equipajes y otras que cubran los riesgos derivados de los viajes, contratadas con empresas aseguradoras debidamente autorizadas.
- e) Reserva, adquisición y venta de billetes o entradas de espectáculos, museos monumentos y parques.
- f) Fletamento de medios de transporte para la realización de servicios turísticos propios de su actividad.
- g) Servicios de acogida de eventos congresuales, convenciones o similares.
- h) Comercialización de derechos de aprovechamiento por turno de bienes inmuebles de uso turístico.
- i) Comercialización de productos o servicios prestados por las empresas de turismo activo
- j) La intermediación en el arrendamiento de vehículos, con o sin conductor.
- k) Prestación de cualesquiera otros servicios y actividades que complementen los anteriormente enumerados.

3. El ejercicio de las actividades a que se refiere el apartado anterior se entiende 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, excluyéndose expresamente la organización o comercialización de viajes combinados, por tratarse de un servicio exclusivo de las agencias de viajes, en los términos establecidos por la Ley 21/1995, de 6 de julio, Reguladora de los Viajes Combinados.

Artículo 18. Comercialización de servicios.

Dentro del objeto que les es propio, las agencias de viajes comercializan los siguientes tipos de servicios de viajes:

- a) Servicios sueltos: Servicios que tienen entidad propia, aisladamente considerados. En la comercialización de servicios sueltos, la agencia actuará como intermediario entre el prestador del servicio y el consumidor final, pudiendo percibir del cliente una remuneración en concepto de gastos de gestión con independencia de que perciba o no remuneración del prestador del servicio.
- b) Viajes combinados: Es la combinación previa de por lo menos dos de los siguientes servicios, vendida u ofrecida en venta con arreglo a un precio global, cuando dicha prestación sobrepase las veinticuatro horas o incluya una noche de estancia:
 - 1º. Transporte.
 - 2º. Alojamiento.
 - 3º. Otros servicios turísticos no accesorios del transporte o del alojamiento y que constituyan una parte significativa del viaje combinado.

c) Excursiones: Es la combinación previa de por lo menos dos servicios de los definidos en el apartado anterior, vendida u ofrecida en venta con arreglo a un precio global, cuando dicha prestación no sobrepase las veinticuatro horas.

Artículo 19. Publicidad.

En toda la propaganda, correspondencia, documentación o publicidad realizada por una agencia de viajes, cualquiera que sea el medio empleado en ésta, se indicará el código de identificación, la denominación social y, en su caso, el del nombre comercial registrado, así como su dirección, sin perjuicio de otras informaciones requeridas por la legislación vigente.

Artículo 20. Depósito para reserva.

Las agencias de viajes deberán informar previamente por escrito a los clientes del coste y forma de pago de los servicios a prestar, sobre el cual podrán exigir un depósito contra el que deberán entregar recibo o documento justificante en el que consten las cantidades recibidas a cuenta y sus conceptos, así como información general de las condiciones económicas de anulación.

Artículo 21. Cumplimiento de obligaciones.

Sin perjuicio de las competencias que en materia de consumo puedan estar atribuidas a los órganos de la Administración Regional, las relaciones entre las agencias de viajes y los usuarios se regirán por las siguientes reglas:

a) En la organización o comercialización de sus servicios, las agencias de viajes deberán facilitar al cliente, por escrito, la definición de los servicios con indicación del precio o precios y de los gastos de gestión. En el momento de la perfección del contrato se entregará al usuario toda la información y los bonos necesarios.

b) En todo momento el usuario o consumidor podrá desistir de los servicios solicitados o contratados, teniendo derecho a la devolución de las cantidades que hubiera abonado, tanto si se trata del precio total como del depósito, pero deberá abonar los gastos de gestión y los de anulación, si los hubiere, ambos debidamente justificados.

No obstante lo anterior, tratándose de viajes combinados o excursiones, el usuario o consumidor abonará, además, una penalización consistente en el 5 por 100 del importe total del precio, si el desistimiento se produce con más de diez y menos de quince días de antelación a la fecha de comienzo de la prestación de los servicios; el 15 por 100 entre los días tres y diez, y el 25 por 100 dentro de las cuarenta y ocho horas anteriores. De no presentarse en la fecha convenida para la prestación de los servicios contratados, no tendrá derecho a la devolución alguna de la cantidad abonada, salvo causa de fuerza mayor demostrable o acuerdo entre las partes en otro sentido.

En el caso de que los servicios estuvieran sujetos a condiciones económicas especiales de contratación, así calificadas expresamente en el respectivo contrato, tales como flete de aviones, buques, tarifas especiales y similares, los gastos de anulación por desistimiento se establecerán de acuerdo con las condiciones pactadas entre las partes.

c) Las agencias de viajes vienen obligadas a facilitar a sus clientes la totalidad de los servicios contratados con las condiciones y características estipuladas. Si existiera imposibilidad de prestar alguno de los servicios en las condiciones pactadas, la agencia ofrecerá al usuario la posibilidad de optar por el reembolso total de los importes abonados o la sustitución por otro servicio de similares características en cuanto a categoría y calidad. Si de esta sustitución el servicio resulta de inferior categoría o calidad, la agencia deberá rembolsar esta diferencia.

Artículo 22. Condiciones excepcionales para la oferta de servicios turísticos.

1. Las personas físicas o jurídicas, públicas o privadas, así como cualquier otra entidad, grupo o institución, cuando oferten al público la realización de viajes, deberán realizar dicha oferta a través de una agencia de viajes legalmente autorizada para que la misma se encargue de la organización técnica del viaje y de realizar el contrato del servicio correspondiente con el usuario o consumidor final.

2. Podrán, no obstante, realizar la organización de viajes aquellas entidades, asociaciones y organismos que cumplan todos y cada uno de los requisitos siguientes:

a) Que se efectúe sin ánimo de lucro.

b) Que vayan dirigidos única y exclusivamente a sus miembros y no al público en general.

c) Que no utilicen medios publicitarios para su promoción, ni sean de general conocimiento.

d) Que se realicen de forma no habitual.

e) Que se organicen sin apoyo administrativo o de personal específico para la organización de los viajes.

3. La oferta, la publicidad o la realización de cualquier actividad propia de las agencias de viajes sin estar en posesión del correspondiente título-licencia o sin cumplir los requisitos indicados en el apartado anterior, comportará en su caso la correspondiente sanción administrativa.

Artículo 23. De las agencias de viajes habilitadas y agencias de viajes extranjeras.

1. La apertura de agencias de viajes de un Estado miembro de la Unión Europea o del Espacio Económico Europeo tendrán a todos los efectos la consideración de apertura de sucursal y para su instalación en Castilla-La Mancha deberán presentar la documentación prevista en el presente Decreto a esos efectos.

2. Las agencias de viajes con domicilio en un Estado no perteneciente a la Unión Europea o al Espacio Económico Europeo podrán, sin perjuicio de la reciprocidad prevista en los Tratados y Convenios Internacionales:

- a) Encomendar su representación de forma permanente o temporal a una agencia de viajes establecida en Castilla-La Mancha, por escrito y de forma fehaciente.
- b) Solicitar un título-licencia de agencia de viajes conforme a lo dispuesto en el presente Decreto.
- c) Contratar servicios turísticos para comercializarlos en su país de origen.

Capítulo III Centrales de reservas

Artículo 24. Objeto y fines.

Las centrales de reservas son empresas que se dedican principalmente a reservar servicios turísticos de forma individualizada, no teniendo capacidad para organizar viajes combinados ni excursiones de un día. Las centrales de reservas podrán desarrollar complementariamente las actividades de difusión y venta de material publicitario relacionado con el producto o servicio turístico cuyas reservas centralice.

Artículo 25. Régimen jurídico.

1. Para el ejercicio de las actividades propias de las centrales de reservas será requisito indispensable la obtención previa del título-licencia otorgado por la Dirección General competente en materia de turismo.
2. Las centrales de reservas no pueden percibir contraprestaciones económicas por parte de los usuarios turísticos ni cobrar en nombre y por cuenta de los prestadores de los servicios.

Capítulo IV Infracciones y sanciones

Artículo 26. Infracciones y sanciones.

El incumplimiento de las obligaciones establecidas en el presente Decreto dará lugar a la correspondiente responsabilidad administrativa, conforme a lo dispuesto en la Ley 8/1999, de 26 de mayo, de Ordenación del Turismo de Castilla-La Mancha, todo ello sin perjuicio de las responsabilidades civiles o penales que correspondan.

Disposición transitoria única.

El presente Decreto será de aplicación a partir de su entrada en vigor a los procedimientos de autorización de agencias de viajes que se encuentren en tramitación en lo que pueda resultarles favorable.

Disposición derogatoria única.

Queda derogado el Decreto 2/1988, de 12 de enero, de Ordenación Turística de las Agencias de Viajes, así como cualquier otra disposición de igual o inferior rango en lo que contradiga o se oponga a lo dispuesto en el presente Decreto.

A partir de la entrada en vigor del presente Decreto no será de aplicación en la Comunidad Autónoma de Castilla-La Mancha la Orden de 11 de agosto de 1972, por la que se aprueba el Estatuto de los Directores de Establecimientos de Empresas Turísticas y se dictan normas sobre inscripción en el Registro correspondiente (BOE nº 199, de 19 de agosto).

NOTA. Ver Anexo en páginas 11662 al 11664 DOCM 98 de 11-05-2007