

# ÍNDICE

## **CAPÍTULO I. LOS SERVICIOS TURÍSTICOS COMO ACTIVIDAD MERCANTIL**

I. A MODO DE DISPENSA

II. INTRODUCCIÓN

III. LOS SERVICIOS TURÍSTICOS

IV. EL DESLINDE DE MATERIAS

V. EL TURISMO COMO OBJETO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA Y DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS

VI. LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS TURÍSTICOS ¿MATERIA AUTÓNOMA?

VII. EL INDUDABLE CARÁCTER MERCANTIL DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

VIII. EL IMPACTO DE LA UNIÓN EUROPEA EN LA PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS

## **CAPÍTULO II. ALGUNAS PARTICULARIDADES DE LA CONTRATACIÓN EN EL SECTOR TURÍSTICO**

I. ALGUNAS PARTICULARIDADES EN LA CONTRATACIÓN TURÍSTICA

II. LA NECESARIA DEFINICIÓN DE CONSUMIDOR, PROCONSUMIDOR Y TURISTA COMO CUESTIÓN PREVIA

III. SINGULAR REFERENCIA A LA CONTRATACIÓN EN MASA Y A DISTANCIA

IV. LA RELEVANCIA DEL MERCADO DIGITAL A TRAVÉS DE PLATAFORMAS

## **CAPÍTULO III. LA CONTRATACIÓN EN LA ACTIVIDAD TURÍSTICA Y SU INDUDABLE ENCAJE EN LA ACTIVIDAD MERCANTIL**

I. BREVE ACLARACIÓN INTRODUCTORIA

II. LOS TRADICIONALES OPERADORES TURÍSTICOS DE LA INTERMEDIACIÓN Y SUS SERVICIOS

III. LA REGULACIÓN DEL CONTRATO DE VIAJE COMBINADO EN LA NORMATIVA DE CONSUMO. ¿UN POSIBLE OBSTÁCULO PARA SU ENCAJE EN LA MATERIA MERCANTIL?

IV. EL ABANDONO DE LOS SERVICIOS DE VIAJE VINCULADOS

V. LA ABSOLUTA E INEXPLICABLE ORFANDAD DEL CONTRATO DE ALOJAMIENTO

VI. LA DESAFORTUNADA ORDENACIÓN DEL CONDOHOTEL COMO CONDOMINIO Y SU VERDADERA NATURALEZA MERCANTIL. OTRO DE LOS GRANDES PROBLEMAS DE LA INGERENCIA AUTONÓMICA EN LA MATERIA MERCANTIL

VII. LA PROBLEMÁTICA APUESTA DEL REGULADOR POR ORDENAR LOS CONTRATOS VINCULADOS AL TIEMPO COMPARTIDO DE UNA FORMA ORIGINAL

## **BIBLIOGRAFÍA**