

Hugo Ferreira Arizaga✉

Aspectos jurídicos del turismo rural en Uruguay*

Legal aspects of rural tourism in Uruguay

Aspectos jurídicos da turismo rural no Uruguai

Resumen: *El turismo rural constituye actualmente una modalidad en crecimiento en el Uruguay y en el mundo.*

En el orden jurídico nacional la norma que regula esta actividad es el Decreto 371/2002, que estableció la caracterización de los establecimientos de turismo rural y el régimen aplicable a sus prestadores.

De acuerdo a ésta el turismo rural se desarrolla fuera de centros urbanos, con servicios en forma personalizada y en espacios amplios; utiliza recursos naturales, culturales, patrimoniales, de alojamiento y servicios propios del medio rural, contribuye al desarrollo local, la diversificación y competitividad turística.

Nos proponemos analizar el marco regulatorio de la actividad, con especial énfasis en la categorización de los establecimientos y las obligaciones establecidas para los prestadores de servicios de turismo rural, el régimen de responsabilidad establecido en la Ley de Turismo y la aplicación de la Ley de Relaciones de Consumo a la contratación turística en nuestro país.

Palabras clave: *turismo rural, regulación, establecimientos, caracterización*

✉ Facultad de Derecho y Ciencias Sociales. Universidad de la República. Uruguay. Doctor en Derecho y Ciencias Sociales. Profesor Asistente de Legislación Turística. Área de Estudios Turísticos. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. CenuR Litoral Norte Sede Salto (UdelaR). Profesor Adjunto de Derecho del Turismo. Facultad de Derecho y Ciencias Sociales. CenuR Litoral Norte. Sede Salto (UdelaR).

✉ hhferre@vera.com.uy

*Este trabajo, en su versión original, fue aceptado para su presentación en el “IV Congreso Internacional de Turismo”, organizado por el Instituto Politécnico do Cávado e do Ave (IPCA). Guimaraes, Portugal. Diciembre de 2015. Es inédito y ha sido actualizado teniendo en cuenta nuevas disposiciones aprobadas.

Abstract: *Rural tourism is now a growing modality in Uruguay and in the world.*

In the national legal norm that regulates this activity is Decree 371/2002, which established the characterization of rural tourism and the conditions of their providers.

According to this rural tourism it is developed outside urban centers, with personalized service and spacious; uses natural, cultural, heritage, housing and services of the rural areas, it contributes to local development resources, diversification and tourism competitiveness.

We intend to analyze the regulatory framework of the activity, with special emphasis on the categorization of the establishments and the set obligations for providers of rural tourism services, the liability regime established in the Law on Tourism and the application of the Consumer Relations Act to the tourist hiring in our country.

Keywords: *rural tourism, regulation, establishments, characterization*

Resumo: *O turismo rural é agora uma modalidade que cresce no Uruguai e no mundo.*

Na norma jurídica nacional que regula esta atividade é o Decreto 371/2002, que estabeleceu a caracterização do turismo rural e as condições de seus fornecedores.

De acordo com este turismo rural é desenvolvido fora dos centros urbanos, com um serviço personalizado e espaçoso; usa natural, cultural, herança, habitação e serviços das áreas rurais, contribui para recursos de desenvolvimento local, a diversificação e competitividade do turismo.

Analizamos o quadro regulamentar da actividade, com especial ênfase na categorização dos estabelecimentos e obrigações estabelecidas para os provedores de turismo rural, o regime de responsabilidade estabelecido pela Lei sobre Turismo e da aplicação da Lei de Relações Laborais contratos de consumo para o turismo em nosso país.

Palavras-chave: *turismo rural, regulamentação, estabelecimentos, caracterização*

Recibido: 20161118

Aceptado: 20170313

Objetivo general

El objetivo general de este trabajo es analizar el régimen jurídico del turismo rural en Uruguay, teniendo en cuenta la normativa vigente para las actividades turísticas, la reciente aprobación de la nueva Ley de Turismo y la aplicación de la Ley de Relaciones de Consumo a la contratación turística.

Objetivos específicos

Analizar, desde el punto de vista jurídico, los siguientes aspectos:

- **Ámbito subjetivo de aplicación:** conceptualización de turista y prestador de servicios turísticos.
- **Categorización de los establecimientos de turismo rural.**
- **Derechos del consumidor en el contexto normativo aplicable a la actividad.**
- **Características del régimen de los prestadores de servicios de turismo rural, con especial referencia a su responsabilidad frente al turista.**

Metodología

La metodología utilizada ha sido, fundamentalmente, la revisión de la normativa general sobre turismo y de la normativa específica para el turismo rural en nuestro país, así como de la doctrina y jurisprudencia en la materia.

Introducción

El turismo rural se origina en Europa a mediados del siglo XX, como una manera de salir de la rutina de las ciudades y la necesidad de buscar descanso y recreación en el medio rural.

En sus comienzos el denominado turismo verde ofrecía al turista servicios básicos de alojamiento y desayuno, dando lugar luego al “turismo en espacios rurales”.

Esta modalidad se manifiesta en la actualidad de diversas formas como, por ejemplo, el turismo rural convencional, el agroturismo, el turismo vivencial, el turismo de estancias o el más reciente ecoturismo.¹

García Henche, B. (2005, 115) señala que los turistas buscan en el turismo rural romper con la formalidad de su comportamiento en la ciudad y encontrar en el campo la oportunidad de restituir energías y equilibrio. Sostiene que “Un turista que valora su calidad de vida, busca un pueblo pequeño, tranquilo, con naturaleza viva y cultura local atrayente”.

En este sentido Millán Escriche, M. (2001, 110) expresa que cada vez es mayor el número de personas que demuestran una clara predisposición a la búsqueda o el reencuentro del patrimonio cultural, “es decir, todo aquello que representa la tradición, evoca costumbres del pasado y se aleja del acelerado ritmo urbano”.

El impulso al turismo rural en Europa se debe al interés por buscar formas de reactivación de la economía rural, para evitar los éxodos a las ciudades y reducir los desequilibrios entre las áreas urbanas y rurales. De esta forma el turismo rural integra a la agricultura, la artesanía y la cultura del territorio, incrementa el empleo rural, evita la migración a las ciudades y, a la vez, valoriza y recupera la arquitectura y el patrimonio rural (FAO, 2003).

Para Solsona Monzonis, J. (2006, 34) ese impulso está marcado por la inversión y el apoyo de las instituciones europeas, los Estados miembros y los gobiernos regionales, y que con este fin la Unión Europea estableció una serie de programas de apoyo financiero para el desarrollo de las regiones menos favorecidas, mediante la creación de Fondos Estructurales para la Orientación y Garantía Agrícola (FEOGA), el Desarrollo Regional (FEDER) y el Fondo Social Europeo (FSE).

Así dice “Esta actividad se ha constituido en la actualidad en uno de los aspectos fundamentales para el mantenimiento de las poblaciones rurales en áreas económicamente poco desarrolladas, al mismo tiempo, que garantiza,

en muchos casos, el mantenimiento de bienes patrimoniales culturales y medioambientales”.

En el mismo sentido Tolón y Lastra afirman que las políticas de desarrollo rural en la Unión Europea durante la últimas décadas

se han correspondido con unos cambios en el medio rural en los que destacan el auge de la agricultura industrial, el descenso de la población, el aumento del uso de medios técnicos y de la productividad, y la liberalización e internacionalización de los mercados agroalimentarios. También ha supuesto la concepción de una nueva ruralidad, que desarrolla una cultura basada en la conservación de la biodiversidad y los recursos naturales, y en la participación democrática en el medio rural, especialmente de mujeres y jóvenes”. (Tolon y Lastra, 2008, 60).

Por su parte Sarasa, J. L. A. (2014, 29) entiende que “El turismo como elemento de ruptura a la situación de depresión o declive que afecta al territorio no puede plantearse a cualquier precio y mucho menos en ausencia de democracia local y sin la movilización de las sinergias locales capaces de alcanzar la integración de las preocupaciones medioambientales, sociales, económicas y culturales”.

Según Keller, P. (1991, 28), antes de definir el turismo rural es necesario determinar el concepto de espacio rural, entendiendo que “Son zonas de escasa densidad de población, de asentamientos reducidos que tienen una economía basada en la producción de bienes poco variados procedentes de recursos naturales y situadas en lugares apartados”.

Para la Empresa Brasileña de Turismo (Instituto Brasileiro do Turismo), el Turismo rural

existe cuando hay viajes que envuelven propiedades rurales, usualmente con el acompañamiento de rutinas de trabajo y la actividad turística practicada en el espacio rural, constituye un subproducto de las actividades productivas originales representadas por la agricultura, cría de animales y otras formas de producción rural, agregando a esas recursos remunerativos oriundos de la actividad turística (2009, 10).

Santana Talavera propone definir el turismo rural, en términos generales, como

el uso o aprovechamiento turístico del entorno rural, ateniéndose a las premisas del desarrollo sostenible, generar efectos eminentemente positivos (conservación del patrimonio, la protección del medio, etc.), promoverse en áreas no invadidas, incluir a la población local como actores culturales, ser minoritario y promover, a través de encuentros espontáneos y la participación, el contacto cultural. (Santana Talavera, A., 2000, 155)

Para Fourneau, F. (1998, 42) la yuxtaposición de las palabras “turismo” y “rural” puede parecer en principio contradictoria, ya que la primera alude a una idea de *modernidad* y la segunda a la de *tradición*. Este autor destaca que los agricultores toman menos vacaciones y reciben a quienes las toman más, así “el turismo rural sería la ilustración del desequilibrio campo-ciudad”; concluye diciendo que no debe ser un turismo de *colonización*, sino un turismo de *comunicación* (p. 53).

La situación en Uruguay

Durante el año 2014 ingresaron al país 3.195.321 visitantes, el 85% de ellos proveniente de países limítrofes (17% de Brasil y 68% de Argentina), y en tercer lugar de Europa (5%).

El motivo principal de viaje fue ocio y vacaciones.

Los ingresos brutos por turismo receptivo ascendieron a U\$S 1.704.425.497, lo que determina un ingreso per cápita de U\$S 542.

Los puestos de trabajo en el sector turístico ocuparon a 110.151 personas, lo que representa el 6% del total de puestos de la economía y es, aproximadamente, el 3% de la población del país.

La Cuenta Satélite de Turismo (CST) revela que en 2014 la participación del turismo en la economía nacional fue del 6.6%.

Estos son datos del Anuario 2015 del Ministerio de Turismo.

En 2016 el número de visitantes alcanzó a 3.328.450, superando a los años anteriores, con una estadía promedio de 5,5 días y un gasto por persona de U\$S 548,1².

En este marco el turismo rural es una actividad en crecimiento en el país, contribuyendo de esta forma a la diversificación de la oferta turística, al surgimiento de emprendimientos empresariales y de nuevas fuentes de empleo.

Cada vez es mayor el número de turistas que demuestran interés en probar la gastronomía local, conocer usos y costumbres y participar de las actividades propias del medio rural.

La situación en Europa descrita al comienzo no es ajena a Uruguay, donde la población tiende a concentrarse en las ciudades, abandonando el medio rural por razones económicas, laborales y/o familiares.

En ciertos casos la oferta de turismo rural aparece como una alternativa para los titulares de establecimientos que buscan nuevas fuentes de ingresos, complementando, o incluso sustituyendo a las actividades agropecuarias tradicionales.

En Uruguay existen actualmente cerca de cien establecimientos dedicados a brindar servicios de turismo rural, ubicados en distintas zonas del país.

Conforme a las estadísticas del Ministerio de Turismo ya citadas, el 0.2% de los turistas ingresados al país durante el 2014, es decir cerca de 6.400 personas, se alojaron en estancias turísticas, una de las cinco categorías previstas en la reglamentación de la actividad.

Esta cifra es por demás significativa, teniendo en cuenta que la capacidad máxima permitida para estos establecimientos es de 9 habitaciones.

La Sociedad Uruguaya de Turismo Rural y Natural (SUTUR) es una institución gremial de la Asociación Rural del Uruguay que, desde 1995, nuclea buena parte de estos establecimientos, con el fin de lograr el desarrollo de estas actividades en beneficio de todos, trabajando en conjunto con el Ministerio de Turismo.

La misión institucional es “Contribuir al desarrollo de un producto turístico sostenible, que proporcione mejoras en la calidad de vida de los territorios en los que está inscripto”.

Su visión consiste en “Constituirse en el producto turístico representativo de un modo de vida nacional, sostenible y auténtico que agregue valor al sector turístico nacional a través de su compromiso con la calidad, sostenibilidad, y el desarrollo local”.³

“Gaucho, caballo, mate, asado, caña”. En estas cinco palabras resume su experiencia en una de las tantas estancias rurales de nuestro país un turista australiano. Desde Holanda, una familia agradece a sus anfitriones, propietarios de un establecimiento rural en el departamento de Treinta y Tres, haber podido participar en una actividad “exótica”: la esquila de las ovejas antes de la parición, en una fría mañana de junio”⁴.

Marco normativo nacional

1. Regulación de las actividades turísticas

La Ley 19253 del 28/08/14 (nueva Ley de Turismo de Uruguay) declara de interés nacional las actividades destinadas al desarrollo del turismo, que están regidas por principios generales, como los de cooperación, calidad, sustentabilidad, accesibilidad y subsidiariedad, entre otros (arts. 1º y 3º).

El principio de cooperación establece que todos los actores de la actividad, públicos y privados, deberán brindar especial atención a los requerimientos de las prestaciones turísticas, de manera de contribuir a su desarrollo.

De acuerdo al principio de subsidiariedad de la acción estatal, la explotación de las actividades turísticas debe estar, en principio, a cargo de los particulares. El Estado las asumirá solamente cuando aquellos no quieran o no puedan hacerlo, o cuando existan razones de interés general que lo justifiquen.

Sobre este principio Durán Martínez (1979, 18) sostiene que “al Estado corresponde la fijación de la política de turismo, su orientación, promoción, estímulo y control. Pero la actividad turística compete a los particulares; el Estado sólo la puede desempeñar por razones de orden público o cuando los

particulares no la quieren o no la pueden asumir”.

El art. 1º, lit. D declara de interés nacional al turismo en la medida que constituye “El ámbito más adecuado para demostrar que el equilibrio entre desarrollo de actividad económica y la protección del medio ambiente es posible con el compromiso de la sociedad toda y la firme convicción en tal sentido del Estado”.

El principio de sostenibilidad, recogido en la Ley, persigue lograr el desarrollo de la actividad turística mediante un necesario equilibrio entre el rendimiento de la actividad económica y el cuidado, respeto y conservación del medio ambiente, los recursos naturales y culturales (art. 3, lit. B).

Este principio constituye un hilo conductor a lo largo de la norma en estudio.

En este sentido, entre los cometidos asignados a la Dirección Nacional de Turismo, el art. 8 de la Ley 19253 expresa que a ésta corresponde:

“F) El mantenimiento de un justo y adecuado equilibrio entre la explotación turística de los valores naturales, históricos y culturales del país y la protección y conservación de los mismos.

G) Contribuir a mitigar las consecuencias adversas que, sobre el medio ambiente, puedan derivarse del crecimiento y desarrollo turístico local, departamental o nacional”.

Por tanto es de vital importancia la coordinación de los distintos órganos públicos, nacionales, departamentales y locales entre sí, y con los particulares, de forma que la utilización de los recursos naturales y patrimoniales no sean afectados negativamente por el desarrollo de las actividades turísticas.

Tanto el turismo rural como las prácticas de turismo aventura se valen de estos recursos, lo que hace necesaria la concientización no sólo de los prestadores de servicios, sino también de los turistas y de la comunidad local sobre la importancia de su uso en forma razonable, adecuada y debidamente planificada.

Facal (2013, 82) sostiene "La planificación y el ordenamiento del turismo se sostiene en la identificación de los recursos turísticos sobre los que se construye la política turística. Estos recursos turísticos se deben apoyar además en la idea de sostenibilidad y sustentabilidad; esto implica una actividad sostenida en el tiempo pero sustentable para quienes la realizan".

El Plan Nacional de Turismo Sostenible 2009-2020 en la línea relativa a la gestión de destinos turísticos establece, entre otros objetivos:

c - Estudiar el impacto de las inversiones en turismo sobre la economía, el ambiente y la sociedad. Así como identificar el impacto de inversiones de otros sectores productivos en el turismo.

d - Concientizar sobre la importancia de la planificación y gestión del turismo en especial a la población de niños y jóvenes, y promover en el turista el uso responsable de los recursos.

En este marco se define el desarrollo sostenible como el "Proceso de cambio cualitativo en donde la participación local adquiere un marco institucional a través de instrumentos de planificación y gestión que atiendan al equilibrio entre la preservación de los recursos naturales y culturales, la viabilidad económica y la equidad social. Promueve la satisfacción de las necesidades del presente sin comprometer las futuras".

Para García Saura:

la Administración posee un papel fundamental para lograr la tan ansiada sostenibilidad turística y medioambiental y debe asumir la responsabilidad de que estas actividades de turismo activo se realicen respetando el medio en el que se desarrollan. El Derecho puede desempeñar un importante papel en la regulación del aprovechamiento de recursos, la protección del medio ambiente y el logro de un turismo sostenible. (García Saura, P. J., 2010, 172)

El art. 40 establece que las disposiciones de la Ley 19253 son de "orden público", es decir, se trata de normas que no admiten acuerdo en contrario por los particulares.

De esta forma se limita la autonomía de voluntad de las partes y, en consecuencia, las disposiciones contractuales que sean contrarias a la norma legal estarán afectadas por una nulidad absoluta.

A los efectos de la Ley se define como turismo el complejo de actividades lícitas, resultantes del traslado voluntario y temporal de personas o grupos de personas fuera del lugar de su residencia habitual y por distintas razones, como descanso, recreación, negocios u otros motivos.

El turista es el sujeto de este desplazamiento.

En concordancia con la Organización Mundial del Turismo, que Uruguay integra desde 1977, se considera que el derecho al esparcimiento, la cultura y el conocimiento es un derecho del ser humano y que el turismo contribuye al entendimiento mutuo entre los individuos, los colectivos y las naciones.

Son consideradas como “prestaciones turísticas” las actividades desarrolladas por personas físicas o jurídicas, destinadas a satisfacer las necesidades de los turistas, actuando como intermediarias o como prestadoras directas de servicios (art. 5°).

El Decreto Ley 14335, vigente desde el año 1975, definía como prestadores de servicios turísticos a las personas físicas o jurídicas que, con ánimo de lucro, contratan servicios con los turistas.

De acuerdo a la nueva Ley se presumen tales todos los servicios –cualquiera sea su naturaleza– que sean prestados dentro de las zonas turísticas establecidas por el Ministerio de Turismo y Deporte, salvo prueba en contrario.

De esta forma el legislador introduce una solución innovadora, estableciendo una presunción relativa (*juris tantum*), cuya prueba en contrario queda a cargo de los interesados en no quedar comprendidos dentro de sus disposiciones, la que deberá ser presentada ante aquel Ministerio.

Se aprecia que esta disposición puede traer ciertos inconvenientes al momento de su aplicación, ante situaciones donde no resulta tan clara la naturaleza de las actividades que realizan quienes están instalados en dichas zonas.

A su vez, las previsiones de la Ley son aplicables a todas las entidades que realicen actividades previstas en la misma, cualquiera sea la forma que adopten para la comercialización y difusión de sus servicios y el soporte tecnológico utilizado.

Los decretos reglamentarios 266/2015 (arrendadoras de vehículos), 267/2015 (alojamientos turísticos), 268/2015 (agencias de viajes) y 278/2015 (transportes turísticos) establecen condiciones específicas para las actividades reguladas, así como condiciones generales relativas a su registro, funcionamiento y deberes frente al turista.

Por su parte el Decreto 328/2014 establece que todas las menciones efectuadas por la reglamentación al Decreto Ley 14335 deberán entenderse hechas a las disposiciones de la nueva Ley.

Finalmente cabe destacar que la Ley 19253 no deroga totalmente las disposiciones del Decreto Ley 14335.

En efecto, el art. 41 dispone que quedarán derogadas todas las normas que se opongan a la misma y deroga expresamente otras disposiciones, entre las que no se menciona a aquel.

En este sentido Pezzutti, M, (2015, 271) señala que el Decreto Ley 14335, en todo lo que no contradiga a la nueva Ley, permanece vigente.

2. Régimen de responsabilidad aplicable a los prestadores de servicios turísticos

De acuerdo al art. 13 de la nueva Ley de Turismo los prestadores de servicios turísticos están obligados a brindarlos en las condiciones contratadas y/o publicitadas, con los mayores niveles de calidad posible y asimismo, contratar y mantener vigentes los seguros que les sean exigidos para su actividad.

Los prestadores deben de procurar la coordinación de sus servicios para lograr la complementación de la oferta turística, así como cumplir cabalmente con el deber de informar al cliente sobre los servicios ofrecidos, su naturaleza y condiciones.

Todo ello procurando la mayor colaboración posible a fin de alcanzar los objetivos trazados de conformidad a los lineamientos de la política turística nacional.

El art. 14 prevé que, sin perjuicio de los criterios generales de atribución de responsabilidad contractual, se reconocen criterios específicos para la actividad turística en atención a la forma en que los prestadores actúan en el mercado y contratan con los turistas. Esto puede ser mediante la intermediación en la oferta o la prestación directa del servicio.

De acuerdo al literal A) de esta norma el contrato celebrado entre ambos es el que determina el elenco de posibles incumplimientos.

El literal B) refiere a la intermediación entre el prestador y el turista, entendiendo por tal “la obligación de procurar a un turista, mediante un precio, un servicio turístico o un conjunto de ellos de parte de un prestador de dichos servicios”. En esta hipótesis la responsabilidad del prestador queda limitada al cumplimiento de sus obligaciones en tiempo y forma, lo que deberá hacer “con la debida diligencia de un buen padre de familia”. Esto es, siguiendo una conducta considerada como un estándar o promedio en la actividad, que revele el debido cuidado en el cumplimiento de las obligaciones asumidas.

El literal C) refiere a casos en que existe comercialización de un único servicio turístico o de un conjunto de ellos, haciendo responsable al vendedor por el incumplimiento de cualquiera de los servicios ofrecidos, sin perjuicio de poder ejercer la acción de repetición contra otros prestadores intervinientes.

Sin embargo, de acuerdo al literal D) es posible que el “vendedor” se libere de responder frente al turista si los prestadores de servicios turísticos contratados tienen representación legal en el país y pueden ser identificados por el mismo, considerándose un contrato de intermediación (literal B).

En este punto Pezzutti, M. (2015, 288), en opinión que compartimos, señala que la redacción del artículo 14 presenta ciertas dificultades al momento de su interpretación.

Veamos: de acuerdo al literal B) la responsabilidad del intermediario queda limitada al cumplimiento de sus obligaciones en tiempo y forma, “con

la debida diligencia de un buen padre de familia”.

El literal C) establece la responsabilidad del “vendedor” por el incumplimiento en cualquiera de los servicios ofrecidos, cuando se trate de un conjunto de éstos, y sin perjuicio de la acción de repetición contra los demás prestadores intervinientes.

El literal D) del mismo artículo prevé la exoneración de responsabilidad del vendedor si se dan los dos requisitos antes mencionados (representación legal de los demás prestadores en el país y posibilidad de su identificación por el primero).

El autor citado propone interpretarlo de la siguiente forma:

a) Si el servicio comercializado es propio del prestador (vendedor) éste responde directamente por su incumplimiento.

b) Si el servicio contratado es prestado por un tercero, y no por quien contrata con el turista, verificándose la doble exigencia del literal D), el vendedor no responde por la prestación sustancial incumplida.

En este caso su deber se limita a informar correctamente al turista y a contratar el servicio solicitado.

c) si los servicios son prestados por un tercero que no tiene representación legal en el país o no ha sido identificado por el vendedor, este último será responsable ante el turista por el incumplimiento del servicio.

La nueva Ley de turismo también se refiere a situaciones en que los prestadores inscriptos y habilitados comercializan, tercerizan o prestan servicios con la intervención de otros que desarrollan actividades turísticas de forma irregular, es decir, sin cumplir con las obligaciones previstas.

Esto hace responsable al prestador tanto cuando se configura un incumplimiento propio o por parte del prestador “irregular”, teniendo el derecho de repetir contra este último lo pagado al turista.

En el mismo sentido, los prestadores nacionales también son responsables por incumplimientos en los servicios contratados con empresas no inscriptas, cuando éstas utilicen tecnologías que no permitan determinar la aplicación de nuestra legislación; tal es el caso de la contratación por medios electrónicos o a distancia.

Estas previsiones responden a la necesidad de actualizar la normativa vigente hasta el momento, teniendo en cuenta las nuevas modalidades en la contratación de servicios turísticos y, a la vez, tienden a evitar la prestación de servicios en forma contraria a la reglamentación.

En el Derecho positivo uruguayo el principio general en materia contractual es la responsabilidad subjetiva, basada en el dolo o la culpa, siendo aplicables las eximentes generales (caso fortuito, fuerza mayor, hecho de la víctima o hecho de terceros), contemplándose además otras situaciones, como el cumplimiento por el proveedor del deber de informar al consumidor sobre los riesgos de la contratación.

En caso de incumplimiento de las obligaciones asumidas por el prestador, el turista tiene distintas opciones:

- a) solicitar la reparación por equivalente, mediante la prestación de un servicio similar al incumplido;
- b) promover la ejecución forzada de la prestación debida, en vía judicial;
- c) solicitar la resolución del contrato, con efectos retroactivos, volviendo las cosas a la situación inicial;
- d) solicitar la rescisión del contrato, dando también por finalizado el mismo, en este caso con efectos hacia el futuro.

Podrá reclamar, además, la reparación de los daños y perjuicios ocasionados por el incumplimiento, lo que comprende daños patrimoniales y/o extrapatrimoniales, que sean consecuencia directa e inmediata del mismo.

De acuerdo al artículo 1342 del Código Civil uruguayo “El deudor es condenado al resarcimiento de daños y perjuicios, sea en razón de la falta de

cumplimiento de la obligación o de la demora en la ejecución, siempre que no justifique que la falta de cumplimiento proviene de causa extraña que no le es imputable”.

El art. 219 del Código de Comercio tiene una redacción similar, agregando que la condena al deudor procede “aunque no haya mala fe de su parte”.

Comentando el art. 1342 dice Gamarra, J. (1988, 19) “la norma expresa la causalidad jurídica, exige un nexo o relación de causa a efecto entre el incumplimiento y el daño; para que el daño sea resarcible se requiere acreditar que sin el incumplimiento no se habría verificado”.

3. Aplicación de la Ley de Relaciones de Consumo a las actividades turísticas

La Ley 17250 de Relaciones de Consumo, vigente desde el año 2000, es al igual que la Ley de Turismo una norma de “orden público”, concepto que anteriormente analizamos.

El objetivo de la misma es lograr un equilibrio entre proveedores y consumidores al momento de relacionarse, partiendo de la premisa de que el consumidor es la parte más débil en la contratación.

En este sentido el Tribunal de lo Contencioso Administrativo ha dicho “no puede desconocerse que la Ley de Relaciones de Consumo involucra un sistema normativo de orden público, claramente tuitivo, que habilita a la Administración a realizar una interpretación ajustada a los fines de la misma, especialmente, velando por los derechos básicos del consumidor” (sentencia N° 123/2010).

La Ley define como proveedores a las personas físicas o jurídicas, públicas o privadas, nacionales o extranjeras, que de manera profesional “desarrollan actividades de producción, creación, construcción, transformación, montaje, importación, distribución y comercialización de productos o servicios en una relación de consumo”.

Son considerados como consumidores las personas físicas o jurídicas que adquieren o utilizan bienes o servicios, como destinatarios finales, en el marco de una relación de consumo o en función de ella.

Para esta norma una relación de consumo es el vínculo, de carácter oneroso, existente entre proveedores y consumidores; quedan así fuera de esta definición las relaciones meramente gratuitas.

Cabe aclarar que esta Ley comprende todas las relaciones de consumo originadas en la comercialización de bienes y servicios; no se trata de una norma únicamente referida a las actividades turísticas.

Sin perjuicio de esto no hay dudas de que sus disposiciones son totalmente aplicables a la contratación de servicios turísticos, ya que tanto el turista como los prestadores de servicios están comprendidos en los conceptos de “consumidor” y proveedor” que la misma establece.

Facal (2006, 91) señala que, junto con otras normas, la Ley de Relaciones de Consumo integra un sistema normativo complementario, en la medida que los actores de la actividad turística “quedan comprendidos en el marco conceptual del derecho del consumo”.

Entre los derechos básicos del consumidor se encuentra el derecho a la información, la que debe ser brindada en forma clara, veraz y suficiente por el proveedor, en idioma español (pudiendo utilizarse otros idiomas) y de forma gratuita para el consumidor.

En este punto Ordoqui Castilla, G. (2012) sostiene que “El deber de la información de la ley 17250 no aparece como algo dependiente de un contrato sino como un deber autónomo principal y general que abarca a todas las relaciones de consumo, cualquiera sea su naturaleza ... no se trata solo de informar para poner en conocimiento del consumidor datos sobre el producto, sino que la norma exige advertir ante riesgos o peligros posibles” (citado en sentencia N° 97/2013, Tribunal de Apelaciones Civil 2° turno)⁵.

Para Gamarra J.:

La integración del contrato con la información tiene por consecuencia que, una vez perfeccionado el negocio por la aceptación del consumidor, el proveedor no puede modificar unilateralmente los términos de su precedente información y que, además, si el contrato varió los términos originales contenidos en ella, sustituyéndolos por otros, o los omitió, la innovación es nula, y la omisión se llena con el mensaje informativo (2006, 122).

Como contrapartida éste es un deber de los prestadores quienes, al informar correctamente a sus clientes, pueden exonerarse de responsabilidad en caso de producirse incumplimientos en alguno de los servicios contratados.

A su vez Mariño López, A. (2010) considera que este deber “ha sido uno de los postulados básicos del Derecho del Consumo. Sobre la base de una lógica contractualista y liberal, busca equilibrar la situación desfavorable del consumidor. En efecto, si el individuo es informado adecuadamente adoptará la elección racional más eficiente para el mercado”.

Cuando se trate de informaciones contradictorias entre sí deberá prevalecer la que resulte más favorable al consumidor, considerando además que los términos de la oferta publicitada obligan al proveedor desde el momento en que la difunde y, que a partir de allí, esas condiciones forman parte del contrato.

Se prohíbe toda forma de publicidad “engañosa” considerando como tal aquella que, siendo total o parcialmente falsa o por omisión de datos esenciales, pueda inducir en error al consumidor acerca de la naturaleza, calidad, origen o precio de los servicios ofrecidos.

Para Szafir, D. (2000, 292) “Es inadmisibles entonces una publicidad que engañe respecto de cualquiera de los datos que proporcione...” y continúa diciendo “Es por ello que si se miente sobre las propiedades de un producto, sobre el financiamiento de un servicio o sobre las condiciones de comercialización a través de anuncios publicitarios, éstos por definición son engañosos”.

La Ley prevé el derecho de arrepentimiento del consumidor, el que podrá ejercer dentro de un plazo de cinco días hábiles a partir de la contratación o de

la entrega del producto, sin responsabilidad alguna de su parte, debiendo comunicar en forma fehaciente al proveedor su intención de desistir del negocio.

En caso de servicios que hayan sido parcialmente prestados, el consumidor deberá pagar solamente el precio correspondiente a las prestaciones ya ejecutadas.

El Decreto reglamentario 244/2000 (art. 6º) establece que en estos casos los pagos efectuados por el consumidor deberán ser cancelados en su totalidad.

Facal, J. y Pezzutti, M. (2008, 305) consideran que esto puede traer inconvenientes en la práctica cuando el pago se hace efectivo mediante tarjetas de crédito, así se preguntan: “¿Qué sucede si dicha comunicación si bien se realiza dentro del plazo establecido, llega a posterior de la fecha para el pago de la tarjeta o bien luego de que el emisor hizo efectivo el pago al comercio adherido?”.

A continuación la Ley 17250 define el contrato de adhesión, en estos términos, “es aquél cuyas cláusulas o condiciones han sido establecidas unilateralmente por el proveedor de productos o servicios sin que el consumidor haya podido discutir, negociar o modificar sustancialmente su contenido”.

La jurisprudencia nacional destaca que la evolución del tráfico y las innovaciones tecnológicas imponen la aceptación de los contratos de adhesión (sentencia N° 86/1997, Tribunal de Apelaciones Civil de 5º Turno).

Mautone, A. y Mengual, N. expresan

la ley prioriza el principio de igualdad siendo su razón de ser lograr el restablecimiento del equilibrio de sujetos con diferente poder negocial. Esto no es nuevo, antes de la vigencia de la ley, se aplicaba el principio de igualdad para regular los contratos de adhesión, donde una parte impone las condiciones contractuales o tiene superioridad por su carácter de experto. (2009).

Esto es muy importante, dado que en la mayoría de los casos el consumidor se limita a aceptar las condiciones previamente establecidas por los proveedores en la oferta de bienes o servicios, siendo esta la forma más ha-

bitual en la contratación de servicios turísticos.

Por tales razones también se definen las “cláusulas abusivas” en la contratación, cuya inclusión se prohíbe por la Ley, bajo pena de nulidad.

Se trata de condiciones que son impuestas por el proveedor al consumidor e implican un desequilibrio claro e injustificado en perjuicio del segundo o que lesionan el principio de la buena fe contractual.

Son consideradas como tales, entre otras, la renuncia anticipada del consumidor a reclamar indemnizaciones o reintegros en casos de incumplimiento, la posibilidad que el proveedor modifique unilateralmente las condiciones acordadas, en perjuicio de aquel, o el poder interpretar el silencio del consumidor como una forma de aceptación a esos cambios.

Finalmente cabe mencionar los mecanismos previstos para la solución de conflictos originados en la adquisición de bienes o la prestación de servicios, los que pueden ser planteados y resueltos en vía administrativa y/o jurisdiccional.

Hasta la aprobación de la Ley 19253 la solución administrativa de los conflictos planteados entre prestadores y turistas estaba a cargo del Área de Defensa del Consumidor, dependencia del Ministerio de Economía y Finanzas, que atiende reclamos originados en la comercialización de bienes y servicios en general.

En este punto se destaca la creación por dicha Ley de los Centros de Conciliación Turística, en el ámbito del Ministerio de Turismo, con el fin de buscar solución a conflictos planteados entre prestadores y turistas o, excepcionalmente, de prestadores entre sí (art. 19).

Este es un paso previo y obligatorio a las acciones judiciales que puedan promoverse por parte de los afectados.

Se trata de un logro muy significativo para el sector turístico, al poder contar con un mecanismo para la solución de conflictos en forma especializada, que deberá ser reglamentado a la brevedad para su efectiva aplicación.

Regulación de los servicios de turismo rural

1. **Ámbito de aplicación**

En el orden jurídico nacional la norma que regula específicamente el turismo rural es el Decreto del Poder Ejecutivo N° 371/2002 del 25/09/02.

En sus fundamentos se sostiene que esta norma responde a la evolución de hábitos y preferencias de los turistas que demuestran la existencia de condiciones –sociales, culturales y económicas– que favorecen el desarrollo del turismo rural.

Si bien no define qué se entiende por turismo rural se mencionan las características de esta modalidad turística, destacando que se trata de servicios prestados fuera de zonas urbanas, en forma personalizada y en espacios amplios, mediante la utilización de recursos naturales, culturales y patrimoniales, brindando alojamiento y servicios propios del medio rural.

Considera además que esto contribuye al desarrollo local, la diversificación de la oferta y la competitividad turística.

A su vez, se sostiene la conveniencia de establecer un marco jurídico para asegurar la ordenación y categorización de los establecimientos que ofrecen servicios de turismo rural y, de esta forma, lograr la permanencia de la producción agropecuaria en zonas rurales, asegurando la debida protección del medio ambiente y de su patrimonio.

En este sentido Dernoï (Dernoï, 1991) considera que el turismo rural genera ingresos complementarios a las actividades productivas tradicionales y diversifica la economía rural; al mismo tiempo genera formas alternativas de trabajo, reduce la emigración en áreas marginales y las provee de infraestructura.

Santana Talavera destaca que las actividades de ocio y recreación en el medio rural han sido ampliamente reconocidas como instrumentos relevantes para el desarrollo económico, en atención al declive de las actividades productivas tradicionales como la ganadería y la agricultura.

Sostiene “Así, el turismo pasa a ser considerado como el nuevo maná venido del cielo proveyendo de oportunidades de empleo y negocio a las comunidades rurales”. (Santana Talavera, 2002)

El Artículo 1° del Decreto dispone que serán considerados como prestadores de servicios turísticos rurales “las personas físicas o jurídicas que ofrezcan mediante un precio, servicios turísticos con o sin alojamiento, en establecimientos agrícolas, ganaderos, forestales, agroindustriales o con entorno natural preservado, ubicados en el medio rural”.

En esta definición pueden apreciarse los siguientes componentes:

a) un elemento subjetivo, pudiendo ser prestadores tanto personas físicas o naturales como jurídicas;

b) el carácter oneroso de la contratación, pues el servicio se presta a cambio de un precio o tarifa;

c) la combinación de los servicios que se incluyen en cada caso (alojamiento, gastronomía, recreación, actividades rurales);

d) un aspecto físico o espacial, que delimita el lugar en que se realizan las actividades (establecimientos agrícolas, ganaderos, forestales, agroindustriales o con entorno natural preservado, ubicados en el medio rural).

2. Régimen de los prestadores de servicios de turismo rural

Es obligatoria la inscripción previa en el Registro de Prestadores del Ministerio de Turismo, esto surge del art. 2 del Decreto 371/2002⁶, como también de la Ley 19253.

Asimismo el Decreto 267/2015 (art. 2), reglamentario de la Ley, refiere entre otros alojamientos turísticos a los establecimientos de turismo rural, estableciendo las condiciones para su registro, funcionamiento y obligaciones frente al turista (prestación del servicio, deber de informar y llevar un libro de quejas).

La información requerida al momento de la inscripción comprende, entre otros, los datos necesarios para la individualización del establecimiento (razón social, Departamento, paraje, sección judicial, domicilio fiscal, correo electrónico, sitio web, etc.), datos de sus titulares y carácter en que detentan la titularidad sobre el mismo (propiedad, arrendamiento u otros).

A su vez, debe detallarse el tipo y las características del servicio ofrecido y la categorización del establecimiento cuyo registro se pretende, agregando fotografías de la fachada y de ambientes interiores.

Esta información debe brindarse bajo la forma de declaración jurada con certificación notarial, siendo responsables quienes lo hagan de la veracidad y exactitud de los datos aportados.

La inscripción en el Registro tiene una vigencia de cinco años, debiendo el prestador, antes de su vencimiento, proceder a la reinscripción.

En caso de no hacerlo se suspenderán todos los derechos que emergen de la inscripción mientras no regularice su situación.

En referencia al cumplimiento de la obligación de registrarse el Tribunal de lo Contencioso Administrativo ha dicho “El aspecto medular de la “*questio*” se centra en dilucidar si la actividad que cumple la empresa accionante se corresponde con las previsiones del art. 11 del Decreto-Ley 14.355, en cuanto define a los “prestadores de servicios turísticos” y, como resulta comprendida en dichos servicios, está obligada a inscribirse en los registros correspondientes y constituir garantía” (sentencia N° 576/2007).

Por otra parte los prestadores están obligados a brindar el servicio en las mejores condiciones posibles, ajustándose a la oferta realizada y de acuerdo a lo convenido con el turista.

El principio de calidad, recogido en el art. 3° de la Ley 19253, dispone que los prestadores turísticos tenderán a adecuar sus servicios a estándares de calidad de reconocimiento internacional que posibiliten en un futuro mecanismos para su certificación.

Barreiro subraya que “Los estándares cada vez más elevados de calidad exigida, como condición inherente a los mercados competitivos, conlleva sin duda alguna la necesidad de brindar un sistema adecuado de protección hacia los turistas” (Barreiro, 2008).

Deberán respetarse en todos los casos los precios y tarifas establecidos, evitando posibles confusiones a los interesados al momento de publicitar sus servicios.

Esta obligación rige también en lo referente a la documentación, correspondencia, folletería y papelería, de forma que no se induzca en error acerca del servicio y de la categoría a la que pertenecen los establecimientos.

Deberán tener además un Libro de sugerencias y observaciones, donde los turistas puedan asentar sus denuncias o quejas, el que estará a su disposición y en lugar visible.

Este libro será certificado por el Ministerio de Turismo.

En cualquier momento el Ministerio puede disponer (de oficio o a raíz de denuncias) la realización de inspecciones técnicas en los establecimientos a efectos de verificar el cumplimiento de las disposiciones, la veracidad de la información suministrada al momento de su inscripción y/o la calidad de los servicios brindados.

En caso de producirse incumplimientos a la normativa se aplicará el régimen de sanciones e infracciones previsto en la Ley de Turismo.

El objetivo de la fiscalización de la actividad es lograr el cumplimiento de las obligaciones por parte de los prestadores a través del asesoramiento y la información por la autoridad, con el fin de reencauzarlos en sus actividades.

Las sanciones aplicables van desde la advertencia simple, frente al incumplimiento, hasta la clausura del establecimiento o la prohibición de desempeñar actividades vinculadas al turismo por un plazo máximo de cinco años.

Esta última sanción es más gravosa que la prevista en el Decreto Ley 14335, que establecía la prohibición de desempeñar actividades por un plazo de hasta tres años (art. 21, lit. D).

Las sanciones son dispuestas en vía administrativa por el Ministerio de Turismo, con intervención preceptiva del Poder Judicial cuando se ordene la clausura o la inhabilitación para ejercer actividades turísticas.

Las mismas se aplican gradualmente, considerando la existencia o no de antecedentes, pudiendo ser dispuestas en forma alternativa o acumulativa.

Finalmente cabe destacar que son aplicables a las actividades turísticas las disposiciones de la Ley 16906, que estableció un régimen para la protección y promoción de las inversiones en el país.

Esta norma prevé incentivos para las empresas cuyos proyectos de inversión sean promovidos por el Poder Ejecutivo, las que recibirán beneficios tales como rebajas en las alícuotas de los tributos o exoneraciones temporales en los mismos.

En el proceso de evaluación de estos proyectos se toman en cuenta distintos indicadores, tales como: la contribución a la descentralización geográfica, aumento de las exportaciones, generación de empleo de calidad, utilización de tecnologías limpias, incremento de la investigación, desarrollo e innovación, entre otros.

En 2014 la Comisión de Aplicación recomendó al Poder Ejecutivo la promoción de 30 proyectos turísticos por un monto de U\$S 90.725.980, principalmente destinados a la hotelería (Fuente: Ministerio de Economía y Finanzas).

Por su parte, el Decreto 444/2009 del Poder Ejecutivo incluyó a los establecimientos de turismo rural entre los servicios exonerados del Impuesto al Valor Agregado (IVA) para turistas extranjeros y fijó una tasa mínima del 10% para los turistas nacionales, equiparándolos así al régimen general aplicable al sector hotelero.

3. Caracterización de los establecimientos de turismo rural

El art. 6° del Decreto 371/2002 establece las distintas categorías en las que pueden ser incluidos los establecimientos que brindan servicios de turismo rural.

Esta clasificación obedece a criterios que, entre otros aspectos, toman cuenta los servicios ofrecidos, así como la capacidad mínima o máxima de carga de pasajeros y la coexistencia de la actividad turística con la explotación productiva del predio.

La norma citada no hace referencia a otros elementos, como por ejemplo, el significado local o valor histórico de los establecimientos, como sí ocurre en otras clases de alojamientos turísticos.

Tal es el caso de las “hosterías” que menciona el Decreto 384/1997 (art. 6°).

Las categorías previstas por el Decreto 371/2002 son las siguientes: hotel de campo, estancia turística, granja turística, posada de campo y casa de campo.

Son establecimientos ubicados en el medio rural, dedicados a la explotación agrícola, ganadera, forestal o agroindustrial, o que cuenten con un medio natural preservado.

El hotel de campo es definido como aquel establecimiento que ofrece al turista servicios de alojamiento, gastronomía, recreación y actividades rurales.

Debe tener una capacidad mínima de diez habitaciones y una disponibilidad de veinte plazas.

Las estancias turísticas ofrecen servicios de alojamiento, gastronomía y recreación; deben contar con un “casco” (casa) principal y una capacidad máxima de nueve habitaciones.

En este caso el establecimiento debe tener, como mínimo, una superficie de 200 hectáreas.

Las granjas turísticas ofrecen servicios turísticos sin alojamiento y de recreación, que coexisten con una producción no extensiva.

Las dos últimas categorías previstas por el Decreto son residuales.

La posada de campo ofrece al turista servicios de alojamiento, recreación y gastronomía, no debiendo estar incluida en los tres casos ya mencionados.

Finalmente, la casa de campo ofrece servicios de recreación y gastronomía, sin alojamiento, y no debe estar incluida en los cuatro casos anteriores.

De esta forma se aprecia que la presencia o no de alojamiento constituye un elemento determinante de las categorías previstas en la reglamentación.

En el segundo caso se encuentran las granjas turísticas y casas de campo, que permiten al turista concurrir al establecimiento y participar de las distintas actividades, sin incluir pernoctación.

Las denominaciones o caracterizaciones solamente pueden ser utilizadas por los establecimientos que estén debidamente inscriptos en el Registro que lleva el Ministerio de Turismo.

Cabe señalar además que la inclusión de los establecimientos en cada una de estas categorías queda a cargo de dicho Ministerio y que la misma puede ser revisada de oficio, cuando se compruebe que el establecimiento no corresponde a la categoría en la que fue registrado o, a iniciativa de los prestadores, cuando justifiquen su necesidad.

Asimismo toda modificación, que pueda alterar la caracterización original, deberá ser notificada por sus responsables al Ministerio de Turismo para su adecuación a la situación actual.

En este sentido, y dado el tiempo transcurrido desde el dictado del Decreto 371/2002, consideramos conveniente revisar los criterios adoptados para la categorización de los establecimientos, con el fin de verificar si éstos reflejan las distintas modalidades de servicios de turismo rural ofrecidos en la actualidad.

V. Conclusiones

El turismo rural es una modalidad en crecimiento en el país y el mundo; cada vez es mayor el número de personas interesadas en participar y disfrutar de esta clase de servicios.

De esta forma se rescatan valores, usos y costumbres que son propios del medio rural y constituyen una parte fundamental de la identidad nacional.

Esto constituye una oportunidad para los establecimientos rurales que, además de contribuir a diversificar la oferta turística, permite complementar las actividades productivas, generando nuevas fuentes de empleo y fortaleciendo la permanencia de la población en zonas rurales.

Lo anterior demuestra la necesidad de regular estas actividades y actualizar la normativa vigente, atendiendo a las constantes transformaciones que se producen en las formas de la oferta y de la contratación de servicios turísticos.

La nueva Ley de Turismo responde a estas necesidades, contemplando los cambios producidos desde la aprobación del Decreto Ley 14335, al cumplirse casi cuarenta años de su entrada en vigencia.

Las nuevas disposiciones establecen un régimen más estricto sobre la responsabilidad de los prestadores, lo que fortalece la posición del turista frente a éstos, teniendo en cuenta las nuevas formas de contratación a distancia y el comercio electrónico.

Asimismo, la obligatoriedad de la inscripción en el Registro de Prestadores de servicios turísticos, que lleva el Ministerio de Turismo, permite un mayor control sobre las condiciones en las que se brindan los servicios al turista y la adecuación de los establecimientos a las categorías previstas en la reglamentación.

Se destaca que en Uruguay la regulación de las actividades turísticas está dada principalmente mediante normas dictadas por el Poder Ejecutivo para la aplicación del marco legal vigente.

Esta característica está presente tanto en lo relativo al turismo rural como también respecto de otras prestaciones turísticas, permitiendo así una regulación más ágil de las situaciones comprendidas.

Por otra parte, se aprecia que existe consenso en la doctrina y la jurisprudencia nacional respecto a la aplicación de la Ley de Relaciones de Consumo a la contratación turística, de la misma forma que ocurre con la comercialización de bienes y de otras clases de servicios.

En este punto cabe destacar la necesidad de informar a los consumidores sobre sus derechos, las condiciones que deben respetarse al momento de la contratación y los mecanismos para hacer efectivos tales derechos en caso de ser vulnerados.

La creación de los Centros de Conciliación turística por la Ley 19253, para la solución de los conflictos que puedan darse entre prestadores y turistas o de prestadores entre sí, constituye un importante avance y un desafío al momento de su implementación, requiriendo para ello de contar con recursos humanos calificados, la ubicación de sus oficinas en sitios estratégicos y de fácil acceso al público.

En el mismo sentido es necesaria una efectiva coordinación entre las autoridades nacionales y locales para la conservación y mejora de la infraestructura turística, en lo relativo a caminería rural y medios de transporte, de forma que se favorezca la accesibilidad a los establecimientos.

Finalmente, se destaca una vez más la necesidad de alcanzar un equilibrio entre el desarrollo de las actividades turísticas, la protección y conservación del medio ambiente y de los recursos naturales y patrimoniales. Esto requiere de una adecuada planificación dirigida a lograr una utilización razonable y responsable de los mismos.

Este compromiso comprende tanto a las autoridades públicas y privadas encargadas de su gestión, como también a los prestadores de servicios y a los turistas que los demandan.

Referencias

- Barreiro, K. (2008). *Protección legal del turista en el Derecho Comparado*. Buenos Aires: Ladevi.
- Dernoi, L. A. (1991). About rural and farm tourism. *Tourism Recreation Research*, 16(1),3-6.
- Durán Martínez, A. (1979). *Turismo. Algunos aspectos del régimen jurídico administrativo nacional*. Montevideo: ACALI.
- Facal, J. (2006). *Derecho del turismo*. Montevideo: Fundación de Cultura Universitaria.
- Facal, J. (2013). El Derecho del turismo: El régimen jurídico de los recursos turísticos. *Revista CADE Doctrina y Jurisprudencia*, 20, 81-87.
- Facal, J. y Pezzutti, M. (2008). El Uruguay y las normas de protección al turista. La necesidad de la reforma de una Ley de Turismo. En K. M. Barreiro (Comp.). *Protección legal del turista en el Derecho Comparado*. Buenos Aires: Ladevi.
- Fourneau, F. (1998). El turismo en espacio rural en Francia. *Cuadernos de Turismo*, (1),41-53. Murcia: Universidad de Murcia.
- Gamarra, J. (1988). *Tratado de Derecho Civil Uruguayo, Tomo 18*. Montevideo: Fundación de Cultura Universitaria.
- Gamarra, J. (2006). *Tratado de Derecho Civil Uruguayo, Tomo 11 (4ª ed.)*. Montevideo: Fundación de Cultura Universitaria.
- García Henche, B. (2005). Características diferenciales del producto turismo rural. *Cuadernos de Turismo*, (15),113-133.
- García Saura, P. J. (2010). Turismo y medio ambiente: Una implicación necesaria. Aspectos jurídicos. *Cuadernos de Turismo*, (26),153-176.

- Keller, P. (1991). Turismo rural, ¿esperanza o ilusión? Una aportación vista desde la perspectiva de Suiza. *Revista Estudios Turísticos*, (110), 27-33.
- Mariño López, A. (2010). La transformación de la obligación de informar al consumidor. Incidencia del paradigma de la precaución en el derecho del consumo. *Revista Crítica de Derecho Privado*, (6), 875.
- Mautone, A. y Mengual, N. (2009). El Derecho Privado en la Reciente Legislación Uruguaya. Acciones de Relaciones de Consumo de Menor Cuantía. En 5º Congreso Internacional de Derecho Privado. Núcleo de Derecho Civil, Punta del Este. Montevideo: CADE.
- Millan Escriche, M. (2001). Viejos recursos para nuevos turismos: El caso de la región de Murcia. *Cuadernos de Turismo*, (8), 109-128.
- Ordoqui Castilla, G. (2000). *Derechos del consumidor en el marco de la legislación nacional y la integración regional*. Montevideo: Ingranusi.
- Organización de las Naciones Unidas para la agricultura y la alimentación (FAO). (2003). *La nueva ruralidad en Europa y su interés para América Latina*. Panamá: FAO.
- Pezzutti, M. (2015). Aspectos administrativos de la nueva Ley de Turismo. En F. Rotondo (Comp.) *Régimen de la actividad privada* (pp. 271-298). Montevideo: FCU.
- Santana Talavera, A. (2000). O rural como produto turístico: algo novo brilha sob o sol?. En C. Serrano, H. Turini Bruhns y M. T. D. P. Luchiari (Eds.) *Olhares contemporâneos sobre o turismo* (pp. 151-170). Campinas (Brasil): Papirus.
- Santana Talavera, A. (2002). Desarrollos y conflictos en torno al turismo rural: claves y dilemas desde la antropología social. En 3º *Congresso Internacional sobre turismo rural e desenvolvimento sustentável*. "CITURDES o rural como nova opção de oferta para o turismo". Santa Cruz do Sul: Universidade de Santa Cruz do Sul. UNISC.

- Sarasa, J. L. A. (2014). La utopía del turismo rural como actividad excluyente: sus consecuencias. *Cuadernos de Turismo*, (34),15-32.
- Solsona Monzonis, J. (2006). El turismo rural en Europa. *Aportes y Transferencias*, 10(2), 25-35.
- Szafir, D. (2000). *Consumidores. Análisis exegetico de la Ley 17250*. Montevideo: Fundación de Cultura Universitaria.
- Tolon, A. y Lastra, X. (2008). Evolución del desarrollo rural en Europa y en España. Las Áreas rurales de metodología LEADER. *M+A. Revista Electrónica@ de Medioambiente*, 2007(4), 35-62.

Normas citadas

- Uruguay. Decreto Ley N° 14335. *Ley de Turismo*. Diario Oficial, 2 Enero 1975.
- Uruguay. Ley N° 16906. *Ley de Inversiones. Promoción Industrial*. Diario Oficial, 20 Enero 1998.
- Uruguay. Ley N° 17250. *Relaciones de Consumo. Defensa del Consumidor*. Diario Oficial, 17 Agosto 2000.
- Uruguay. Ley N° 19253. *Regulación de la actividad turística*. Diario Oficial, 9 Setiembre 2014.
- Uruguay. Decreto 244/2000. *Reglamentación de la Ley de Relaciones de Consumo*. Diario Oficial, 31 Agosto 2000.
- Uruguay. Decreto 371/2002. *Prestadores de servicios turísticos rurales*. Diario Oficial, 30 Setiembre 2002.
- Uruguay. Decreto 267/2008. *Prestadores de servicios turísticos rurales*. Diario Oficial, 10 Junio 2008.

Uruguay. Decreto 444/2009. *Modificación del Decreto 220/98 relativo a reglamentación del IVA*. Diario Oficial, 8 Octubre 2009.

Uruguay. Decreto 328/2014. *Regulación de la actividad turística*. Diario Oficial, 17 Noviembre 2014.

Uruguay. Decreto 266/2015. *Reglamentación de la Ley 19.253 relativa a la regulación de la actividad turística (Arrendadoras de vehículos sin chofer)*. Diario Oficial, 9 Octubre 2015.

Uruguay. Decreto 267/2015. *Reglamentación de la Ley 19253 relativa a la regulación de la actividad turística (Agencias de Viaje)*. Diario Oficial, 9 Octubre 2015.

Uruguay. Decreto 268/2015. *Reglamentación de la Ley 19253 relativa a la regulación de la actividad turística (Alojamientos Turísticos)*. Diario Oficial, 9 Octubre 2015.

Uruguay. Decreto 278/2015. *Reglamentación de la Ley 19253 relativa a la regulación de la actividad turística (Empresas de Transporte Turístico)*. Diario Oficial, 20 Octubre 2015.

Jurisprudencia

Uruguay. Tribunal de Apelaciones en lo Civil de 5º Turno. Sentencia definitiva N° 86/1997, 18 Setiembre 1997. Van Rompaey, L., Rochón, C., Barcelona, G.T. Anales de Jurisprudencia Uruguaya N° VIII. Fallos de Apelaciones 1997 (Civil y Familia). Ediciones del Foro. Montevideo, p. 1995 -1998.

Uruguay. Tribunal de lo Contencioso Administrativo. Sentencia definitiva N° 576/2007, 17 Octubre 2007. Preza (redactor), Lombardi, Rochón, Battistella, Harriague (firmantes). Archivos CADE 2017, Módulo Jurídico. Montevideo.

Uruguay. Tribunal de lo Contencioso Administrativo. Sentencia definitiva N° 123/2010, 11 Marzo 2010. Harriague (redactor), Sassón, Lombardi, Preza, Monserrat (firmantes). Archivos CADE 2017, Módulo Jurídico. Montevideo.

Bibliografía

- Archivos CADE (2017). Módulo Jurídico (Normativa, doctrina y jurisprudencia). Montevideo: CADE.
- Carnelli, S. et al (1998). *Ley de Inversiones. Enfoques multidisciplinares*. Montevideo: Fundación de Cultura Universitaria.
- Ferreira Arizaga, H. (2014). Los derechos del consumidor en la contratación turística. En A. Falero y R. Campodónico. *El turismo bajo la lupa académica* (pp. 69-87). Montevideo: Comisión Sectorial de Investigación Científica (CSIC).
- Ferreira Arizaga, H. (2014). Regulación de los establecimientos de turismo rural en el Uruguay. *Revista CADE Doctrina & Jurisprudencia*, 25,59-62. Montevideo: CADE.
- Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA) (2009). *Diagnóstico de turismo rural en Brasil. Un concepto en construcción*. San José, Costa Rica: IICA.
- Ordoqui Castilla, G. (1998). Fallos de Apelaciones 1997 (Civil y Familia). *Anales de Jurisprudencia Uruguaya* (8). Montevideo: Del Foro.

Notas

- ¹ Acerenza, M. (2010). *Conceptos, tipos y modalidades de turismo*. VI. Turismo rural. Disponible en www.portaldeamerica.com
- ² Fuente: www.mintur.gub.uy/estadística/turismoreceptivo/2016
- ³ Fuente: www.turismoruraluy.com
- ⁴ "Una gauchada al turismo rural". Análisis económico. Estudio Ferrere (Diario El Observador) en Comentario de consultoras 1043 (13/11/09), CADE, Montevideo.
- ⁵ Base de Jurisprudencia Nacional (www.poderjudicial.gub.uy).
- ⁶ En redacción dada por el Decreto 267/2008