

EL NUEVO ESCENARIO QUE PLANTEA LA CONTRATACIÓN EN LÍNEA A TRAVÉS DE PLATAFORMAS INTERMEDIARIAS EN EL DERECHO CONTRACTUAL EUROPEO

HERMINIA CAMPUZANO TOMÉ

*Catedrática de Derecho Civil
Universidad de Oviedo*

SUMARIO: I. La economía de plataformas: concepto y diferencias con la economía colaborativa II. El nuevo escenario que plantea la economía de plataformas en el derecho contractual europeo: especial referencia a la protección de los consumidores 1. El estatus jurídico de las plataformas digitales: la «influencia decisiva» como criterio de distinción acogido por el TJUE 2. Obligaciones y responsabilidad de las plataformas intermediarias frente al consumidor III. La adaptación de la normativa europea al nuevo escenario contractual 1. La insuficiencia del actual acervo comunitario para proteger a los consumidores que contratan a través de plataformas intermediarias 2. El camino hacia la construcción de un marco común regulador de la contratación en línea IV. Bibliografía

I. LA ECONOMÍA DE PLATAFORMAS: CONCEPTO Y DIFERENCIAS CON LA ECONOMÍA COLABORATIVA

Las expresiones «economía colaborativa» y «economía de plataformas», si bien estrechamente vinculadas, no pueden ser utilizadas sinónimamente. Entre ambas existe una clara analogía, pero también importantes diferencias conceptuales que aconsejan su precisión terminológica. Bajo el paraguas de la primera, con excesiva amplitud, se han venido acogiendo en los últimos años todos aquellos modelos de negocio en los que se facilitan transacciones comerciales a través de plataformas en línea. En el ámbito europeo, aun reconociendo la dificultad de ofrecer un concepto de economía colaborativa por la amplitud y diversidad de modelos de negocio que en ella pueden tener cabida, con carácter general, se adopta el ofrecido por BOTSMAN & ROGERS¹ para quienes se trata de «un sistema económico basado en el uso compartido de bienes o servicios infrautilizados, de forma gratuita o mediando un precio, directamente por particulares, a través de plataformas en línea»². Siendo ello así, el éxito y la expansión que con el paso de los años

¹ BOTSMAN, R. Y ROGERS, B., *What's Mine is Yours: The Rise of Collaborative Consumption*. Septiembre 2010. p. 7.

² Véase Dictamen del Comité Económico y Social Europeo *La economía colaborativa y la autorregulación*, (Dictamen exploratorio), apartados 6.1 y 6.4 (DOUE C 303/36, de 19 de agosto de 2016). De forma más amplia, la Comisión Europea (CE) se refiere a la economía colaborativa como «modelos de negocio en los

han ido alcanzando algunas plataformas en determinados sectores como, por ejemplo, el transporte y el alojamiento, han ido eliminando progresivamente el sentimiento de comunidad, de compartir y de participación que conformaba la esencia del modelo. En muchos casos, aun cuando la finalidad última de los usuarios que utilizan las plataformas sea buscar un punto de encuentro para colaborar y compartir contenidos, bienes o servicios, las empresas que sirven de soporte a las plataformas tienen una clara finalidad lucrativa que las alejan de su inicial filosofía. La contraprestación que obtienen no siempre es directa a través de una cantidad de dinero sino también, indirectamente, utilizando diversas estrategias de monetización en función de los servicios prestados³. De entre ellas, el control que ejercen sobre los datos de los usuarios es la que les otorga mayor poder y las convierte en uno de los principales factores que impulsan la economía digital⁴. Así, con independencia de la insuficiencia de la expresión «economía colaborativa» para acoger a los heterogéneos modelos de negocio que proliferan en el entorno digital, el ánimo de lucro que persiguen la mayoría de las plataformas digitales

que se facilitan actividades mediante plataformas colaborativas que crean un mercado abierto para el uso temporal de mercancías o servicios ofrecidos a menudo por particulares» Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones: *Una agenda europea para la economía colaborativa*, Introducción. COM (2016) 356 final. Las concretas características de la economía colaborativa fueron destacadas por el Comité de las Regiones Europeo en el Dictamen. Dictamen del Comité de las Regiones Europeo «La dimensión local y regional de la economía colaborativa», Ponente: Benedetta BRIGHENTI. (2016/C 051/06), (IT/PSE), 10 de febrero de 2016.

³ Véase el estudio elaborado por encargo de la CE dentro del Programa de Consumidores de la UE (2014-2020), en el que, a partir de la combinación de las estrategias de monetización y de los servicios de la plataforma, se identificaron tres modelos principales de negocio de plataformas de igual a igual. VV. AA., *Estudio preliminar sobre los problemas de los consumidores en los mercados de plataformas en línea de igual a igual*. Informe elaborado dentro del Programa de Consumidores de la UE (2014-2020), en el marco de un contrato de servicios con la Agencia Ejecutiva de Consumidores, Salud y Alimentación (Chafea) en virtud del mandato de la Comisión Europea, p. 7, puede consultarse en: https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/executive_summaries_0.pdf

⁴ Así fue declarado en la 69ª Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo celebrada en el año 2020, al declarar que «es la capacidad de las plataformas digitales de agregar, procesar, transmitir, almacenar, analizar y dar sentido a los datos, lo que permite a las plataformas digitales generar valor» Cfr. apartado 11, 69ª reunión ejecutiva de la Junta de Comercio y Desarrollo sobre «Plataformas digitales y creación de valor en los países en desarrollo: repercusiones en las políticas nacionales e internacionales», Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo, Junta de Comercio y Desarrollo, Grupo Intergubernamental de Expertos en Comercio Electrónico y Economía Digital, Cuarto período de sesiones, Ginebra, 29 de abril a 1 de mayo de 2020. Puede ser consultada en:

https://unctad.org/system/files/official-document/tdb_ede4d2_es.pdf.

En la misma línea, desde el Observatorio de la Economía de plataformas en línea para la economía digital se han venido emitido diversos informes preliminares en los que se deja constancia de los desequilibrios en el poder de mercado en la relación entre las plataformas en línea y sus usuarios, tanto en términos de acceso a los datos como al uso de datos. ⁴ El Observatorio de la Economía de plataformas en línea supervisa la evolución de la economía de las plataformas para apoyar el trabajo de la Comisión Europea en plataformas en línea. Fuente: página web del Observatorio <https://platformobservatory.eu>. Sobre el valor de los datos y su incidencia frente a los consumidores, véanse: CÁMARA LAPUENTE, S., «Resolución contractual y destino de los datos y contenidos generados por los usuarios de los servicios digitales», *El Derecho Privado en el nuevo paradigma digital*, VV.AA (ARROYO AMAYUELAS Y CÁMARA LAPUENTE, Dirs.), edit. Marcial Pons, Colegio Notarial de Cataluña, 2020, pp.141-175; GARCÍA PÉREZ, R.M., «Interacción entre protección del consumidor y protección de datos personales en la Directiva (UE)2019/770: Licitud del tratamiento y conformidad de contenidos y servicios digitales», *El Derecho Privado en el nuevo paradigma digital...*, cit. pp. 175-209.

que operan en el mercado aconseja la adopción de otra nomenclatura que evite el confusionismo que genera al denotar un componente altruista, que no existe⁵. La doctrina⁶ se inclina por utilizar la expresión más amplia de «economía de plataformas» para incluir en ella a todos los modelos de negocio en los que las plataformas digitales intervienen facilitando la utilización o el intercambio de bienes y servicios entre los distintos agentes que intervienen en el mercado. Ello, sin perjuicio de poder reservar la expresión «economía colaborativa» para calificar a los modelos de negocio puramente colaborativos en los que la intervención de las plataformas digitales se limita a poner en contacto la oferta con la demanda en un ámbito de gratuidad, sin finalidad lucrativa alguna⁷, o la de «economía compartida» para hacer referencia a aquellos modelos en los que plataformas como, por ejemplo Uber o Airbnb, «permiten que casi todo el mundo, incluidos muchos consumidores convertidos en "prosumidores", ofrezcan no sólo bienes sino también servicios como transporte o alojamiento»⁸. El cualquier caso, conviene advertir que la distinción entre las expresiones «economía colaborativa» y «economía de plataformas», si bien adquiere relevancia a los efectos de su conceptualización en cuanto que la finalidad y la base sobre la que se asientan difieren sustancialmente, resulta irrelevante desde el punto de vista del derecho contractual. Con independencia del carácter colaborativo o no de las plataformas, su intervención en las transacciones comerciales como agentes intermediarios que actúan en línea plantea la misma problemática jurídica, suscitando

⁵ En este sentido, CUENA CASAS, M., «La contratación a través de plataformas intermediarias en línea» *Cuadernos de Derecho Transnacional* (octubre 2020), Vol. 12, núm. 2, p. 290.

⁶ Véase por todos, SUÁREZ CORUJO para quien la consolidación de las actividades de ‘peer-peer economy’ ha ido poniendo en evidencia las insuficiencias de la expresión economía colaborativa, lo que en otros países ha llevado a un progresivo desplazamiento por otros términos más neutros: en inglés, *gig economy*, *digital on-demand economy*, *platform economy*...; en francés se habla de *économie numérique*. En España, con cierto retraso, «sigue siendo común el uso del término ‘economía colaborativa’, si bien parece razonable abogar por su sustitución por algún otro más preciso. Una posibilidad, aquí acogida, es referirse a la ‘economía de plataformas (digitales)»». SUÁREZ CORUJO, B., «La gran transición: la economía de plataformas digitales y su proyección en el ámbito laboral y de la seguridad social», *Revista Temas Laborales*, núm. 141/2018, p. 37.

⁷ En opinión de CUENA CASAS, la expresión economía colaborativa «englobaría únicamente a las plataformas que dan la posibilidad de usar recursos junto con otras personas, y así consumir de forma más eficiente, ya sea económica o medioambientalmente en áreas en las que previamente no se solían compartir esos recursos, por ejemplo, ofertar las plazas libres del coche, tal y como lo facilitan plataformas como Blablacar o Amovens, a cambio únicamente de compartir gastos, reduciéndose el ámbito a las relaciones entre particulares (C2C)». Bajo el paraguas de este concepto considera que deben incluirse también los casos englobados en la denominada «economía bajo demanda» en virtud de la cual un usuario demanda un bien o servicio a través de una plataforma y otro usuario lo presta, generando, normalmente, una relación entre profesional y consumidor (B2C) o entre particulares (P2P) Al igual que en la economía colaborativa, la plataforma no presta el servicio subyacente. CUENA CASAS, M., «La contratación a través de plataformas intermediarias en línea» ..., cit. p. 289.

⁸Véase BUSCH, C. *et al.* quienes incluyen en el concepto de «economía compartida» aquellas plataformas que permiten a un cliente, ya sea un consumidor o no, pedir bienes o servicios a cambio de un pago». Dejan excluidas las plataformas de colaboración en línea, wikis y motores de búsqueda, así como las plataformas de citas (por ejemplo, Parship, Match.com) o las plataformas de juegos en línea (por ejemplo, World of Warcraft), que conectan a las personas con objetivos distintos de celebrar un contrato con otras personas. BUSCH, C. *et al.*, «The Rise of the Platform Economy: ¿A New Challenge for EU Consumer Law? » *EuCML, Journal of European Consumer and Market Law*, 1/2016, 15 February 2016, Volume 5. Special Issue: The rise of the platform economy, p.4, <https://ssrn.com/abstract=2754100>

importantes retos y desafíos jurídicos para el derecho contractual europeo, especialmente, en el ámbito de la protección de los consumidores.

II. EL NUEVO ESCENARIO QUE PLANTEA LA ECONOMÍA DE PLATAFORMAS EN EL DERECHO CONTRACTUAL EUROPEO: ESPECIAL REFERENCIA A LA PROTECCIÓN DE LOS CONSUMIDORES

Más allá del debate terminológico lo cierto es que, fruto de la revolución tecnológica en la que nos vemos inmersos, los modelos de contratación y consumo han experimentado una profunda transformación. Como advierte la doctrina⁹, el contrato concluido por vía electrónica ha pasado de ser una relación habitualmente bilateral a otra trilateral, gracias a la irrupción de las plataformas que actúan como intermediarias. Aun cuando en determinados casos actúan como proveedoras directas del bien o servicio contratando directamente con el consumidor, el modelo de plataforma que adquiere mayor relevancia en el ámbito del derecho contractual es el de las denominadas «plataformas de transacciones», creadoras de mercado o emparejadoras, entre las que la doctrina incluye a «todas las que permiten la conclusión de contratos en línea o que, por lo menos, permiten a los usuarios encontrar a la contraparte para concluir un contrato al margen de la plataforma»¹⁰. Actúan como mercados intermediarios entre oferentes y demandantes de un bien o servicio, facilitando a los diversos actores encontrarse e interactuar¹¹. Su irrupción en el mercado ha alterado de forma sustancial la estructura tradicional de las transacciones entre particulares, promoviendo relaciones multilaterales que dificultan, tanto la calificación jurídica de la relación contractual, como la identificación y el papel que en ella desempeñan los diversos agentes intervinientes y, consiguientemente, la normativa que les ha de ser aplicable¹². Mientras que en la contratación de consumo tradicional para la compra de un bien o la prestación de un

⁹ Véase ARROYO AMAYUELAS, E., y CÁMARA LAPUENTE, S., Presentación, *El Derecho Privado en el nuevo paradigma digital...*, cit.

¹⁰ CAMPOS CARVALHO, J., «Conclusión de contratos en plataformas *on line*», *La Notaría*, 2 de marzo de 2019, Internacional, p.129. BUSCH *et al.* incluyen en el concepto de plataformas de transacciones o emparejadoras a «aquellas que permiten a un cliente, ya sea un consumidor o no, pedir bienes o servicios a cambio de un pago». Dejan excluidas las plataformas de colaboración en línea, wikis y motores de búsqueda, así como las plataformas de citas (por ejemplo, Parship, Match.com) o las plataformas de juegos en línea (por ejemplo, World of Warcraft), que conectan a las personas con objetivos distintos de celebrar un contrato con otras personas, *Ibidem*, p.3.

¹¹ En este sentido, véase TIROL, J., *La economía del bien común*, editor Debolsillo, septiembre 2018, colección Ensayo. En la misma línea CUENA CASAS, para quien «es esta interacción la que crea valor, y es por ella por lo que la plataforma recibe una remuneración a cargo del proveedor del servicio o del usuario, de forma que «cuanto más fácil sea la interacción, mayor valor tiene la plataforma y crecerá cuantos más usuarios consiga atraer». CUENA CASAS, M., «Los riesgos para los consumidores y usuarios en la contratación a través de plataformas intermediarias en línea», Blog *HayDerecho*, entrada publicada el 28 de febrero de 2019, <https://hayderecho.expansion.com/2019/02/28/los-riesgos-para-los-consumidores-y-usuarios-en-la-contratacion-a-traves-de-plataformas-intermediarias-en-linea/>

¹² En la economía de plataformas existen diversos modelos de negocio en función de los agentes que intervienen en el contrato principal: *Business to business* (negocio a negocio), donde la transacción comercial únicamente se realiza entre empresas que operan en Internet sin intervención de consumidores (B2B); *Business to consumer* (negocio a consumidor), que se lleva a cabo entre empresa y consumidor (B2C); *Peer to peer*, entre particulares, en el que el mercado es administrado por los propios usuarios (P2P); *Consumer to consumer*, entre consumidores (C2C).

servicio solo se necesita un contrato entre el proveedor y el cliente, la contratación realizada en el marco de la economía de plataformas constituye un mercado de doble cara que permite que el lado de la oferta (los proveedores) satisfaga al lado de la demanda (los clientes), creando una estructura triangular compleja¹³ en la que, al margen del contrato principal entre el proveedor y el consumidor, se generan relaciones contractuales entre, de un lado, la plataforma y el consumidor y, de otro, la plataforma y el proveedor¹⁴. Desde el punto de vista jurídico, es esta estructura triangular la que mayor problemática plantea¹⁵ ya que las relaciones multilaterales que genera son relaciones horizontales que difieren en gran medida del tradicional modelo vertical de distribución en «cadena»¹⁶ y de la relación bilateral cliente-proveedor en que se asienta el actual marco regulador de la Unión Europea (UE)¹⁷. Estas relaciones son difíciles de incardinar en los esquemas contractuales tradicionales, planteando dificultades de calificación jurídica¹⁸ y suscitando retos importantes en el ámbito del derecho contractual.

1. EL ESTATUS JURÍDICO DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES: LA «INFLUENCIA DECISIVA» COMO CRITERIO DE DISTINCIÓN ACOGIDO POR EL TJUE

Una de las cuestiones más relevantes y que mayores dudas suscita en la economía de plataformas es la de la calificación jurídica de la actividad que las plataformas digitales desempeñan en la relación contractual¹⁹. No es lo mismo que intervengan con un carácter meramente instrumental como terceros ajenos a la relación principal, limitando su actividad a poner a disposición de las partes los recursos tecnológicos necesarios para que sean ellas quienes concluyan el contrato, que lo hagan prestando directamente el servicio o contribuyendo de forma decisiva a la perfección del contrato. En el primer caso, con independencia de la calificación que el contrato principal merezca, las plataformas serán conceptuadas como servicios de intermediación, mientras que en el segundo recibirán la consideración de prestadoras o proveedoras del bien o servicio subyacente. El diferente régimen jurídico al que, en uno u otro caso, van a quedar sometidas y, por tanto, las

¹³ Véase apartado 4.6. Dictamen del Comité Económico y Social Europeo sobre el tema «La economía colaborativa y la autorregulación» ..., cit.

¹⁴ Más concretamente, se traduce en relaciones contractuales entre: 1) el prestador o proveedor del bien o servicio y la plataforma –para regular las condiciones de uso de la plataforma por parte del proveedor–; 2) el cliente y la plataforma –para regular las condiciones de uso de la plataforma por parte del cliente–; 3) el proveedor del bien o servicio y el cliente –que da lugar al contrato principal.

¹⁵ CUENA CASAS, «La contratación a través de plataformas intermediarias en línea» ..., cit. p. 295

¹⁶ Así se desprende de lo dispuesto en el artículo 1 de la Directiva 2011/83/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de octubre de 2011, sobre los derechos de los consumidores, por la que se modifican la Directiva 93/13/CEE del Consejo y la Directiva 1999/44/CE del Parlamento Europeo y del Consejo y se derogan la Directiva 85/577/CEE del Consejo y la Directiva 97/7/CE del Parlamento Europeo y del Consejo (DOUE L 304/64, de 22 de noviembre de 2011)

¹⁷ Véase Dictamen del Comité Europeo de las Regiones «Un marco europeo de respuestas normativas a la economía colaborativa» (DOUE C 79/40, de 10 de marzo de 2020), apartado 2.

¹⁸ VILALTA NICUESA, A.E., «La regulación europea de las plataformas digitales en la era de la economía colaborativa. Un cambio de paradigma en el sistema de reparación europeo», *Revista Crítica de Derecho Inmobiliario*, núm. 765, enero 2018, pp. 265 a 320.

¹⁹ Sobre el tema, véase CAMPUZANO TOMÉ, H., «La entrada en escena de las plataformas colaborativas: ¿Prestadoras de servicios profesionales o empresas tecnológicas?», *Derecho y nuevas tecnologías*, VV. AA, (L.A. FERNÁNDEZ VILLAZÓN, Cood.), Civitas, Thomson Reuters, Cizur Menorca 2020, pp. 469-491.

distintas obligaciones y responsabilidad que les corresponderá asumir frente al consumidor exige de los legisladores la adopción de criterios claros que permitan diferenciar en qué casos una plataforma digital interviene en la contratación en línea de una u otra forma. La cuestión adquiere especial relevancia en los últimos años debido al éxito alcanzado por plataformas digitales que operan en el mercado desplegando una doble actividad: como *MarketPlace*, facilitando las transacciones entre el proveedor del bien y el consumidor final, sin aparente intervención en el contrato subyacente, y como vendedoras en línea, interviniendo como parte principal de la relación contractual²⁰. Ello, unido a la doble condición de profesional o de particular con la que los proveedores pueden actuar en el mercado en línea, puede dejar desdibujada la frontera entre los consumidores y la empresa, resultando difícil, en ocasiones, identificar a las partes que intervienen en el contrato principal y a la parte débil que hay que proteger²¹.

Con carácter general, las plataformas digitales desarrollan un servicio de intermediación enmarcado en el ámbito de aplicación de la Directiva (UE) 2000/31, de 8 de junio, sobre el comercio electrónico²² (en adelante Directiva (UE) 2000/31 o Directiva de Comercio electrónico), transpuesta a nuestro Ordenamiento Jurídico por la Ley 34/2002, de 11 de julio (LSSI)²³, y de la Directiva (UE) 2006/123, de 12 de diciembre de 2006 relativa a los servicios en el mercado interior²⁴, también denominada Directiva Servicios o Directiva *Bolkestein*²⁵, inspiradas ambas por el principio de libre prestación de servicios²⁶. En la medida en que proporcionan un servicio prestado, normalmente, a cambio de una remuneración, a distancia, por vía electrónica y a petición individual de un prestatario de servicios, podrían considerarse como empresas tecnológicas que ofrecen

²⁰ Ello sucede, como señala WINNER, en el caso de Amazon, que es dos cosas a la vez: titular de una plataforma, llamada Amazon Marketplace, y un vendedor por internet que tiene su propia tienda on line. En su opinión, es fácil confundir su papel de intermediario y el de vendedor – contratante. WINNER, M., «La regulación jurídica de los contratos celebrados a través de plataformas: el Derecho europeo» Blog *AlmacendeDerecho*, entrada publicada el 26 de febrero de 2020, <https://almacendederecho.org/la-regulacion-juridica-de-los-contratos-celebrados-a-traves-de-plataformas-el-derecho-europeo>.

²¹ Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de Regiones: «Una agenda para la economía colaborativa» ..., cit., p. 10.

²² Directiva 2000/31/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 8 de junio de 2000, relativa a determinados aspectos jurídicos de los servicios de la sociedad de la información, en particular el comercio electrónico en el mercado interior (Directiva sobre el comercio electrónico). (DOCE núm. 178, de 17 de julio de 2000). (LCEur 2000\1838)

²³ Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico (BOE núm. 166, de 7 de julio de 2002) (RCL 2002\1744)

²⁴ Directiva 2006/123/CE del Parlamento Europeo y del Consejo de 12 de diciembre de 2006 *relativa a los servicios en el mercado interior*. (DOUE, L 376/36, de 27 de diciembre de 2006).

²⁵ Denominación tomada del Comisario europeo para el mercado interno, Frits Bolkestein, que fue quien propuso y defendió la Directiva.

²⁶ La norma de transposición de esta, la Ley 17/ 2009, de 23 de noviembre sobre el libre acceso de las actividades de servicio y su ejercicio (BOE núm. 283, de 24 de noviembre de 2009) solo exceptúa de su ámbito de aplicación en su artículo 2. 2c) a los servicios y redes de comunicaciones electrónicas, «en lo que se refiere a las materias que se rigen por la legislación sobre comunicaciones electrónicas». Véase también la Ley 25/2009, de 22 de diciembre, de modificación de diversas leyes para su adaptación a la Ley sobre el libre acceso a las actividades de servicios y su ejercicio (BOE núm.308, de 23 de diciembre de 2009).

un servicio de la sociedad de la información²⁷ y, consiguientemente, no estarían sujetas a autorizaciones previas ni al cumplimiento de los requisitos exigidos a los profesionales que operan en el sector, quedando fuera del ámbito de aplicación de la normativa del derecho de consumo. No obstante, como advierte la Comisión en su Comunicación *Una agenda para la economía colaborativa*²⁸, en determinadas circunstancias una plataforma puede ser también un proveedor del servicio subyacente, en cuyo caso podrían estar sujetas a la normativa sectorial específica, incluidos los requisitos de autorización y concesión de licencias empresariales aplicados por lo general a los prestadores de servicios. Así, si bien es cierto que todas las empresas que actúan como soporte de las plataformas digitales son prestadoras de servicios de la sociedad de la información en cuanto que se valen de medios de comunicación electrónicos para llevar a cabo su actividad, algunas van más allá y utilizan estos medios para prestar directamente un determinado servicio, recibiendo una protección específica que no se corresponde con su actividad²⁹. Como advierte CUENA CASAS³⁰, «lo que se debe evitar es que «se disfrace» de intermediario quien no lo es, generando un mercado paralelo sin garantías eficientes. Es claro que la responsabilidad que asume la plataforma no es la misma cuando se limita a coordinar una oferta y una demanda, que cuando entra de lleno en aspectos clave como el precio, o la calidad del servicio ofertado, y ello vincula a los usuarios».

Siendo ello así, ¿cómo distinguir cuando una plataforma digital interviene como proveedora del bien o servicio subyacente sujeta a la normativa sectorial específica del sector y a la de los consumidores, y cuando, con un carácter meramente instrumental, lo hace prestando un mero servicio de intermediación sometido al régimen jurídico de la sociedad de la información? La respuesta no es sencilla. Por un lado, la variada, constante y progresiva evolución de los modelos de negocio que continuamente acceden al mercado

²⁷ Véanse artículos 2, letra a) y 4 de la Directiva 2000/31/CE y artículo 1, apartado 1, letra b), de la Directiva 2015/1535/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 9 de septiembre de 2015, por la que se establece un procedimiento de información en materia de reglamentaciones técnicas y de reglas relativas a los servicios de la sociedad de la información (DOUE L 241/1, de 17 de septiembre de 2015). Para una lista indicativa de los servicios no cubiertos por la definición de servicios de la sociedad de la información, véase el Anexo I de la Directiva 2000/31/CE y el de la LSSI apartados a), b) y c).

²⁸ Véase Comunicación de la Comisión «Una agenda para la economía colaborativa» ..., cit. p. 6.

²⁹ En este sentido se pronuncia ARROYO AMAYUELAS, para quien «...Algunos servicios que permiten cargar software, gráficos y música o intercambiar información online, como chats o plataformas de videos o comercio electrónico, las redes sociales, los servicios peer-2-peer, los blogs o los fórums de discusión y aun otros que, sobre la base de procesos técnicos, procesan y gestionan la información y la indexan, han ido recibiendo protección específica en los Estados miembros dentro de la actividad de hosting, a pesar de no encontrar un anclaje claro en la DCE, donde esa función estaba reservada inicialmente al alojamiento inerte de otro tipo de datos, como páginas web, email o grupos de noticias». ARROYO AMAYUELAS, E., «La responsabilidad de los intermediarios en Internet ¿puertos seguros a prueba de futuro?, *Cuadernos de Derecho Transnacional* (marzo 2020), Vol. 12, núm 1, p. 811.

³⁰ CUENA CASAS, M., «Plataformas intermediarias en línea: o son instrumentales o prestan el servicio subyacente. A propósito de la sentencia del TJUE en el “caso AIRBNB”». Blog *HayDerecho*, entrada publicada el 13 de enero de 2020, <https://hayderecho.expansion.com/2020/01/13/plataformas-intermediarias-en-linea-o-son-instrumentales-o-prestan-el-servicio-subyacente-a-proposito-de-la-sentencia-del-tjue-en-el-caso-airbnb/>

impide la elaboración de listas cerradas y el acogimiento de marcos regulatorios unitarios. Por otro, ni en el ámbito europeo ni en el nacional existen criterios claros que permitan encuadrar a las plataformas digitales en una u otra categoría, ya que los conceptos de Prestador de Servicios de la Sociedad de la Información (PSSI) y de Servicios de intermediación acogidos por la Directiva (UE) 2000/31 y por la LSSI no son adecuados para integrar las variadas y múltiples actividades que actualmente despliegan las plataformas digitales.

La diversidad de modelos y la falta de normativa reguladora adecuada a la actual economía de plataformas ha obligado a los tribunales a intervenir, resolviendo caso por caso, al objeto de determinar el papel que las plataformas digitales juegan en la contratación en línea. Esta solución ha sido reprobada por el Comité Europeo de las Regiones, que lamenta que la cuestión crucial de qué normas rigen el funcionamiento de las plataformas en línea se haya dejado hasta ahora en gran medida en manos de los tribunales³¹. La mayoría de los litigios planteados hasta el momento han sido protagonizados por las plataformas que mayor éxito han alcanzado entre los consumidores, esto es, Uber y Blablacar en el sector del transporte, y AirBnb en el del alojamiento. El Tribunal de Justicia de la Unión Europea (TJUE) ha fallado de forma diferente atendiendo al control y a la influencia que dichas plataformas ejercen sobre el sector en el que operan. Distingue entre aquellas que no ejercen un control sobre el anunciante o prestador de servicios, actuando como meras intermediarias entre el consumidor o cliente y la empresa prestadora del servicio, y aquellas que sí ejercen dicho control, respecto a las cuales decae su calificación como mera intermediaria digital de servicios, y si dicho control alcanza a las condiciones del contrato determinan su condición de prestadora de tales servicios. En esta línea, el control y la influencia de Uber sobre el servicio de transporte fue calificada por el TJUE como «decisiva», en las sentencias de 20 de diciembre de 2017 (Asunto C-435/15 *Asociación Profesional Elite Taxi contra Uber Systems Spain, S. L.*)³² y de 10 de abril de 2018 (Asunto C-320/16 *Uber France SAS*)³³, considerando que la actividad de Uber no constituye un servicio de intermediación en la sociedad de la información, sino un servicio en el ámbito de los transportes. Distinta fue la posición seguida en la Sentencia de 19 de diciembre de 2019 (Asunto C-390/18 *Airbnb Ireland contra Association pour un hébergement et un tourisme professionnel*)³⁴, que resuelve una petición de decisión prejudicial planteada por el *Tribunal de Grand Instance* de París³⁵. Siguiendo las conclusiones del Abogado

³¹ Véase Dictamen del Comité Europeo de las Regiones Un marco europeo de respuestas normativas a la economía colaborativa..., cit. apartado 26.

³²Asunto C-435/15. *Asociación Profesional Elite Taxi contra Uber Systems Spain, S. L.* ECLI:EU:C:2017:981, apartados 37 a 40.

³³ STJUE de 10 de abril de 2018, C-320/16, ECLI:EU:C:2018:221.

³⁴STJUE de 19 de diciembre de 2019, C-390/18, ECLI:EU:C:2019:1112 (TJCE 2019\302)

<http://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?docid=221791&doclang=es>

³⁵ Los hechos arrancan de una denuncia presentada por la *Association pour un hébergement et un tourisme professionnel* (AHTOP), constituida como parte civil, a raíz de la cual *El Parquet de Paris* (Fiscalía de París) presentó el 16 de marzo de 2017 un escrito de acusación contra *Airbnb Ireland* por manejo de fondos en el marco de determinadas actividades de intermediación y gestión de inmuebles y fondos de comercio por una persona desprovista de tarjeta profesional, exigida por la denominada *Ley Hoguet*. *Airbnb Ireland* niega ejercer la actividad de agente inmobiliario y alega la inaplicabilidad de la *Ley Hoguet* relativas al

General³⁶, el TJUE propuso un tratamiento distinto para Airbnb que para Uber³⁷, más favorable para la primera en lo que respecta a la calificación de sus servicios de intermediación, que consideró como servicios de la sociedad de la información y no como servicios profesionales del sector de alojamiento³⁸.

ejercicio de la profesión de agente inmobiliario en Francia, por cuanto que considera que es incompatible con las disposiciones de la Directiva 2000/31 referidas a la libre prestación de servicios. Ante las dudas que suscita la cuestión, el Juez de Instrucción del Tribunal de Gran Instancia de París, mediante resolución de 6 de junio de 2018, decide suspender el procedimiento y plantear al TJUE dos cuestiones prejudiciales: 1) ¿Están amparadas por la libre prestación de servicios establecida en el artículo 3 de la [Directiva 2000/31/CE], las prestaciones realizadas en Francia por la sociedad Airbnb Ireland a través de una plataforma electrónica explotada desde Irlanda?; 2) ¿Cabe oponer a la sociedad Airbnb Ireland las normas restrictivas relativas al ejercicio de la profesión de agente inmobiliario en Francia, establecidas por la *Ley Hoguett* ?» A través de la primera, el órgano jurisdiccional trataba de dilucidar si las prestaciones realizadas en Francia por la sociedad Airbnb Ireland a través de una plataforma electrónica explotada desde Irlanda consistente en poner en contacto, por un lado, a arrendadores que disponen de alojamientos y, por otro, a personas que buscan este tipo de alojamiento está comprendido en la definición del concepto de “Servicios de la sociedad de la información” en el sentido del artículo 1, apartado 1, letra b), de la Directiva 2015/1535, al que remite el artículo 2, letra a), de la Directiva 2000/31, y si están amparados, por consiguiente, por la libre prestación de servicios consagrada en dicha Directiva.

³⁶ El abogado General MACIEJ SZPUNAR presentó sus conclusiones el 30 de abril de 2019 en las que, como primera medida, examina la actividad Airbnb Ireland, al objeto de determinar su encaje en el concepto de «Servicio de la Sociedad de la Información» de la Directiva 2000/31. A tal fin, se remite expresamente a la Sentencia dictada por el TJUE de 20 de diciembre de 2017 en el caso *Asociación Profesional Elite Taxi contra Uber Sistem* y a las conclusiones presentadas en el caso. Recuerda como, si bien inicialmente el Tribunal declaró con carácter general que, «considerado independientemente y *a priori*, un servicio de intermediación consistente en conectar a un conductor no profesional que utiliza su propio vehículo con una persona que desea realizar un desplazamiento urbano puede calificarse de «servicio de la sociedad de la información» (apartado 35 ss. STJUE de 20 de diciembre de 2017), <http://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?text=&docid=213504&pageIndex=0&doclang=ES&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=1206440#Footnote8>

³⁷ Sobre la «influencia decisiva» de Uber y Airbnb, véase PAZOS CASTRO, R., «Uber, Airbnb y la llamada “influencia decisiva” de las plataformas digitales» *Revista d, Internet, Dret i Política*, núm. 31, octubre 2020.

³⁸ El Tribunal parte del concepto de «servicio de la sociedad de la información» acogido por el artículo 1, apartado 1, letra b) de la Directiva (UE) 2015/1535 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 9 de septiembre de 2015, por la que se establece un procedimiento de información en materia de reglamentaciones técnicas y de reglas relativas a los servicios de la sociedad de la información (DOUE L 241/1, de 17 de septiembre de 2015), concluyendo que el servicio que presta AirBnb «cumple los cuatro requisitos acumulativos mencionados en el artículo 1, apartado 1, letra b) y, por tanto, constituye en principio un «servicio de la sociedad de la información» en el sentido de la Directiva 2000/31» No obstante, dado que, aun cuando se cumplan estos requisitos, un servicio de intermediación puede perder tal calificación y quedar fuera del ámbito de aplicación de la Directiva 2000/31 si forma parte integrante de un servicio global cuyo elemento principal sea un servicio al que corresponda otra calificación jurídica, el Tribunal se ve obligado a examinar si la actividad de Airbnb es parte integral de un servicio cuyo elemento principal es la prestación de alojamiento. Al respecto, declara el Tribunal que «si bien es cierto que el servicio de intermediación prestado por Airbnb Ireland tiene por objeto facilitar el alquiler de un alojamiento, que efectivamente está comprendido en el ámbito de aplicación de la Directiva 2006/123, la naturaleza de los vínculos existentes entre tales servicios no justifica que se excluya la calificación como «servicio de la sociedad de la información» del servicio de intermediación y, por consiguiente, la aplicación de la Directiva 2000/31 al mismo» Véanse apartados 46 a 49 y 50 a 52.

En el ámbito nacional, el Tribunal Supremo ha tenido ocasión de pronunciarse sobre el tema en la Sentencia 1818/2020, de 30 de diciembre³⁹ donde se debatía la calificación jurídica de la plataforma Homeaway Spain y su sometimiento a la regulación de la Directiva 2000/31/CE y de la LSSI Ley 34/2002, o a la legislación sectorial de alojamientos turísticos. La sentencia resuelve el recurso de casación planteado por la plataforma contra la Sentencia de 5 de octubre de 2018 dictada por el TSJC⁴⁰ en la que, en cumplimiento de la normativa sectorial turística de Cataluña⁴¹, se le ordenaba proceder en el plazo de 15 días al bloqueo, supresión o suspensión definitiva en su página web de todo el contenido relativo a empresas y establecimientos turísticos localizados en Cataluña en el que no constase el número de inscripción en el Registro de Turismo de la Comunidad Autónoma. La Sala considera que la recurrente no puede ser catalogada como una prestadora de servicios de la sociedad de la información neutra, sometida al régimen jurídico de la sociedad de la información. Muy al contrario, entiende que la demandante «se constituye en el centro del negocio de alquiler de inmuebles o viviendas de vacaciones, ya que organiza la información bajo una forma que ella misma decide, lleva a cabo la publicidad en los términos que considera oportuno, gestiona las reservas y domina la operación desde el control del flujo económico, esto es, imponiendo su intermediación en el pago». Por ello, considera que queda obligada a supervisar los contenidos que aloje en su página web sin que puedan serle de aplicación las exenciones de responsabilidad que para los prestadores de alojamiento de datos contemplan en el artículo 16 de la Directiva y 14 de la Ley española⁴².

La mercantil Homeaway recurre el fallo solicitando que se case la sentencia impugnada y se anule la resolución administrativa de la que trae causa el procedimiento, declarando que los PSSI no son responsables directos del cumplimiento de la normativa sectorial turística. Invoca la normativa comunitaria sobre servicios de sociedad de la información y la jurisprudencia en la materia del Tribunal de Justicia de la Unión Europea. Más concretamente, alega que tanto la Directiva 2000/31 como la Ley española distinguen entre PSSI intermediarios y no intermediarios, con un distinto régimen de responsabilidad, y sólo a los primeros se les aplica el régimen de exención de responsabilidad y la prohibición de obligación de supervisión general de contenidos. Sostiene que la orden recurrida vulnera los artículos 16 de la LSSI y 14 de la Directiva al imputar responsabilidad a un PSSI intermediario por un supuesto incumplimiento de la normativa turística del que no tenía conocimiento efectivo. En su caso, afirma merecer la calificación de PSSI intermediario, ya que no tiene intervención alguna sobre el contenido

³⁹ TS (Sala de lo Contencioso-Administrativo, Sección 3ª), Sentencia núm. 1818/2020 de 30 diciembre. (RJ 2020\5562) ECLI: ECLI:ES:TS: 2020:4484

⁴⁰ Tribunal Superior de Justicia de Cataluña, (Sala de lo Contencioso-Administrativo, Sección 5ª), Sentencia núm. 751/2018 de 5 octubre. (JUR 2018\296882)

⁴¹ La Ley 2/2014, del 27 de enero, de medidas fiscales, administrativas, financieras y del sector público (DOGC núm. 6651, de 30 de enero de 2014), añade un nuevo apartado 5 al artículo 73 de la Ley de Turismo de Catalunya (Ley 13/2002, de 21 de junio, de turismo de Cataluña .DOGC núm. 3669, de 03 de julio de 2002) con el siguiente texto: «El número de inscripción en el Registro de Turismo de Catalunya de las empresas y los establecimientos turísticos tiene que constar en todo tipo de publicidad, promoción o comercialización». Véase Circular Interpretativa sobre la obligación de hacer constar el número de inscripción en el Registro de Turismo de Cataluña elaborada por el Departament d'Empresa i Coneixement de la Generalitat de Catalunya, publicada el 12 de marzo de 2014.

⁴² Véase FD Séptimo

de los anuncios, no presta servicios de optimización ni de promoción de los contenidos, y sus servicios no son un elemento esencial para la existencia del servicio subyacente de alquiler de apartamentos. En apoyo de su tesis cita diversas sentencias del TJUE y, en especial, la mencionada de 19 de diciembre de 2019 referida al caso Airbnb Ireland en la que, si bien el Tribunal de Justicia no llega a pronunciarse sobre el régimen de responsabilidad de los PSSI intermediarios, sí examina en profundidad la actividad de la plataforma Airbnb, que presta servicios de intermediación de alojamientos semejantes a los de la recurrente, respecto a la que destaca su neutralidad. Por su parte, el Abogado de la Generalidad de Cataluña insta la desestimación del recurso por considerar que el PSSI queda obligado por la normativa sectorial turística en este caso y, por tanto, a retirar contenidos ilícitos de la plataforma. Sostiene que un PSSI, además de estar sometido a las disposiciones de la normativa reguladora de tales servicios, puede quedar obligado asimismo por la normativa sectorial que resulte de aplicación. Cita en su apoyo la sentencias sobre los casos Uber que calificaron al servicio de intermediación de transporte como parte de un servicio global cuyo elemento principal es un servicio de transporte, no un servicio de la sociedad de la información⁴³.

El TS admite el recurso apreciando la existencia de interés casacional objetivo para «[...] reafirmar, reforzar, completar y, en su caso, matizar o corregir, nuestra jurisprudencia sobre el régimen jurídico de los prestadores de servicios de la sociedad de la información y su responsabilidad, con especial proyección en el ámbito de las viviendas o alojamientos turísticos». En particular, considera el Alto Tribunal que se trata de aclarar, entre otras cuestiones, las siguientes: 1) Si un prestador de servicios de la sociedad de la información, aparte de estar sometido a las disposiciones de la normativa reguladora de tales servicios, puede quedar obligado, asimismo, por normativa sectorial; en este caso, por la normativa autonómica dictada en materia de turismo. 2) Cuáles son los criterios que, a la luz de la jurisprudencia europea, deben tenerse en cuenta para determinar que un PSSI que realiza la actividad de alojamiento o almacenamiento de datos desempeña un papel activo, y no meramente técnico o neutro, que le permite tener conocimiento o control de esos contenidos. 3) Cuáles son las consecuencias que de ello se derivan en orden a su responsabilidad⁴⁴. Admitido el recurso, el Alto Tribunal examina la aplicación al caso de la normativa nacional y comunitaria y los principios establecidos por el TJUE en materia de responsabilidad de intermediarios. Centra la problemática en el establecimiento de criterios para determinar cuándo nos encontramos ante un servicio de mera intermediación, con las importantes consecuencias que de ello derivan en orden a su régimen de responsabilidad y a su obligación de supervisión de los contenidos. Finalmente, resuelve estimando el recurso de casación al concluir que la actividad desarrollada por Homeway Spain es una labor de intermediación propia de la sociedad de la información regulada por la Directiva 2000/31/ y por la LSSI, declarando que la plataforma es un prestador intermediario de servicios de la sociedad de la información al que no cabe exigirle que vigile ni se responsabilice de la actividad de sus usuarios, los propietarios o gestores que publican ofertas de alojamientos turísticos en su plataforma⁴⁵.

⁴³ Véase FD Segundo

⁴⁴ Véase Antecedente de Hecho, Tercero

⁴⁵ Véanse FD Noveno y Décimo

A la vista de los litigios y controversias que la distinción entre PSSI intermediarios y no intermediarios suscita, desde el Comité Europeo de las Regiones se reconoce expresamente que un futuro marco europeo debería definir el estatus de las plataformas de la economía colaborativa en función del grado preciso de control que ejerce la plataforma, debiendo constar explícitamente los criterios para establecer la que ha sido denominada por el TJUE como «influencia decisiva»⁴⁶. Ya en el año 2017, dicho Comité había manifestado la conveniencia de revisar el concepto de PSSI recogido en la actual regulación para adecuarla a la nueva economía de plataformas, habida cuenta de que comprende «cualquier actividad económica, incluidas muchas actividades sumamente infrecuentes y no profesionales, realizadas entre pares»⁴⁷. Más recientemente, en el año 2020, emitió un Dictamen⁴⁸ subrayando la necesidad de que la Directiva sobre el comercio electrónico sea objeto de una revisión y actualización a la luz de las controversias y los casos judiciales que actualmente se plantean. Considera que puede ser necesaria una clarificación más precisa de la propia definición de servicio de la sociedad de la información a fin de distinguir entre los distintos tipos de actividades, en particular, en lo relativo a la aparición de los denominados «servicios mixtos»⁴⁹ entre los que se incluyen «tanto un servicio de la sociedad de la información como, de forma inseparable, el servicio subyacente que no se presta por medios electrónicos». *De lege ferenda* resultaría necesario adoptar criterios claros y objetivos que permitieran diferenciar en qué casos y bajo qué circunstancias un PSSI ha de ser calificado como intermediario o como prestador del servicio subyacente. Más allá de la importancia que la distinción alcanza en el marco del derecho de la competencia, resulta esencial al momento de concretar las obligaciones y la responsabilidad que las plataformas digitales han de asumir frente a los consumidores.

2. OBLIGACIONES Y RESPONSABILIDAD DE LAS PLATAFORMAS INTERMEDIARIAS FRENTE AL CONSUMIDOR

El papel que las plataformas digitales desempeñan en la contratación en línea es determinante al objeto de concretar las obligaciones y la responsabilidad que han de asumir en la relación contractual. Al margen de la dificultad que la calificación de la plataforma como PSSI intermediaria o como prestadora del servicio subyacente conlleva, en el caso de resultar catalogada como proveedora directa del bien o servicio se plantea la cuestión de si puede ser considerada como empresario o comerciante, sometidos a las normas de protección de los consumidores. En opinión de JIMÉNEZ HOROWITZ, en el ámbito europeo se ha llevado a cabo un enfoque jurídico del tema en el que se ha considerado una conexión jurídica básica entre la condición de comerciante y el concepto de consumidor, de forma que «las normas de protección de los consumidores se aplican

⁴⁶ Véase Dictamen del Comité Europeo de las Regiones *Un marco europeo de respuestas normativas a la economía colaborativa...*, cit.

⁵⁵ Véase Dictamen del Comité Europeo de las Regiones *Economía colaborativa y plataformas en línea: una visión compartida de ciudades y regiones*. C 185/24 de 9 de junio de 2017. Apartados 24 y 25.

⁴⁸ Dictamen del Comité Europeo de las Regiones *Un marco europeo de respuestas normativas a la economía colaborativa...*, cit. apartados 27.28 y 29,

⁴⁹ Así fueron definidos por el Sr. SZPUNAR, Abogado General del Tribunal de Justicia de la Unión Europea (TJUE).

también normalmente a cualquier plataforma colaborativa que reúna las condiciones para ser considerada un comerciante que participa en prácticas comerciales respecto a los usuarios, que son consumidores»⁵⁰. Así se desprende de los considerandos 18 y 23, respectivamente, de la Directivas (UE) 2019/770 relativa a determinados aspectos de los contratos de suministro de contenidos y servicios digitales (en adelante DCSD)⁵¹ y de la Directiva (UE) 2019/771 relativa a determinados aspectos de los contratos de compraventa de bienes (DCB)⁵² a tenor de los cuales «...Los prestadores de plataformas pueden ser considerados empresarios si actúan con fines relacionados con sus propias actividades y en calidad de socio contractual directo del consumidor en el suministro de contenidos o servicios digitales. Los Estados miembros deben seguir teniendo la libertad de ampliar la aplicación de la presente Directiva a los prestadores de plataformas que no cumplan los requisitos para ser considerados empresarios a los efectos de la presente Directiva». Como señala MORAIS CARVALHO⁵³, el prestador de las plataformas digitales podrá ser considerado un profesional si actúa en calidad de socio contractual directo del consumidor, esto es, cuando sea parte principal del contrato. Cuando no actúe en calidad de socio contractual directo del consumidor, los Estados miembros son libres de calificar también el prestador de la plataforma como empresario, considerándolo responsable ante el consumidor por cualquier falta de conformidad del bien, contenido o servicio digitales. Si intervienen como proveedores directos del bien o servicio adquieren las mismas obligaciones y asumen la misma responsabilidad que le correspondería al vendedor del bien o prestador del servicio, mientras que si operan como meras intermediarias se presentan como terceros ajenos al contrato a quienes, en virtud del principio de relatividad del contrato, en principio, no les sería posible exigir responsabilidad contractual, quedando sometidas al régimen de responsabilidad establecido para los prestadores de servicios de la sociedad de la información por la Directiva 2000/31 sobre comercio electrónico y por la LSSI. En opinión de CAMPOS CARVALHO, estos considerandos abren la puerta a los Estados miembros para la adopción de normas nacionales sobre la responsabilidad de las plataformas en línea,

⁵⁰ JIMÉNEZ HORWITZ, M., «La situación jurídica de la plataforma Airbnb en el marco de la economía colaborativa». BIB 2019\1498, *Revista Aranzadi Doctrinal* num.3/2019.

⁵¹ Directiva (UE) 2019/770 del Parlamento Europeo y del Consejo de 20 de mayo de 2019 relativa a determinados aspectos de los contratos de suministro de contenidos y servicios digitales (DOUE L 136/1, de 22 de mayo de 2019); véase también la Directiva (UE) 2019/771 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 20 de mayo de 2019, relativa a determinados aspectos de los contratos de compraventa de bienes que conceptúa al “vendedor” en el artículo 2.3. en los mismos términos con los que la Directiva (UE) 2019/770 define al empresario. Directiva (UE) 2019/771 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 20 de mayo de 2019, relativa a determinados aspectos de los contratos de compraventa de bienes por la que se modifican el Reglamento (CE) n.º 2017/2394 y la Directiva 2009/22/CE y se deroga la Directiva 1999/44/CE (DOUE L136/28, de 22 de mayo de 2019). Esta Directiva complementa a la Directiva 2011/83/UE3/4, en lo que se refiere a las normas que rigen los contratos celebrados con los consumidores en general (requisitos de información, entrega, transmisión del riesgo).

⁵² Directiva (UE) 2019/771 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 20 de mayo de 2019 relativa a determinados aspectos de los contratos de compraventa de bienes, por la que se modifican el Reglamento (CE) nº2017/2394 y la Directiva 2009/22/CE y se deroga la Directiva 1999/44/CE

⁵³ Véase MORAIS CARVALHO, J., «Contratos de compraventa de bienes (Directiva 2019/771) y suministro de contenidos o servicios digitales (Directiva 2019/770). Ámbito de aplicación y grado de armonización», *Cuadernos de Derecho Transnacional* (marzo 2020), Vol. 12, núm. 1, p. 936.

concretamente mediante una transposición más amplia de los artículos 11 y siguientes de la DCSD y los artículos 10 y siguientes del DCB⁵⁴.

Sin entrar a examinar la insuficiencia del régimen de responsabilidad limitada recogido en la Directiva 2000/31 y su necesidad de revisión para adaptarla a la economía de plataformas, puesta ya de relieve desde las Instituciones Europeas⁵⁵, es preciso destacar que el sometimiento de las plataformas de intermediación al ámbito específico de responsabilidad de la sociedad de la información, no las exime de toda obligación y responsabilidad frente a los consumidores⁵⁶. La necesidad de promover en los usuarios que contraten en línea un marco de confianza suficiente, exige que en las transacciones realizadas entre proveedores comerciales y usuarios en las que las plataformas actúen como meras intermediarias, estas lleven a cabo un importante ejercicio de transparencia, quedando obligadas a dejar claro que no son ellas quienes venden o prestan directamente el servicio, sino que lo es un tercero. Esta obligación adquiere especial relevancia en los casos en los que las plataformas digitales operan en el mercado en su doble condición de *MarketPlace*, facilitando las transacciones entre el proveedor del bien y el consumidor final, y como vendedoras en línea, interviniendo como parte principal de la relación contractual, ya que esta dualidad puede confundir a los consumidores a la hora de exigir responsabilidad por vicios o disconformidad con el bien adquirido o el servicio prestado. Por otra parte, dada la especial transcendencia que, de cara al sometimiento del contrato a la normativa de protección de los consumidores adquiere el que la parte con la que el consumidor contrata reúna o no la condición de comerciante, la Directiva (UE) 2019/2161, de 27 de noviembre de 2019 de mejora de la aplicación y la modernización de las normas de protección de los consumidores de la Unión⁵⁷(en adelante Directiva

⁵⁴ CAMPOS CARVALHO, J., «On line platforms: concept, role in the conclusions of contracta and current legal frameworks in Europe», *El Derecho Privado en el nuevo paradigma digital...*, cit. p.251.

⁵⁵ La Propuesta de Resolución del Parlamento Europeo sobre las plataformas en línea y el mercado único digital 2016/2276(INI) declara que el Parlamento europeo «Toma nota de que el régimen actual de la Unión en materia de responsabilidad limitada de los intermediarios es una de las principales preocupaciones expresadas por algunas partes interesadas en el debate en curso sobre las plataformas en línea; observa que la consulta sobre el entorno reglamentario para las plataformas ha puesto de manifiesto un apoyo relativo al marco actual, incluido en la Directiva sobre el comercio electrónico, pero también la necesidad de suprimir algunas lagunas en su cumplimiento; opina, por consiguiente, que debe aclararse en mayor medida el régimen de responsabilidad, dado que se trata de un pilar crucial para la economía digital de la Unión; considera que se requieren unas orientaciones de la Comisión sobre la aplicación del marco de responsabilidad de los intermediarios para que las plataformas en línea puedan cumplir sus obligaciones y las normas sobre responsabilidad, reforzar la seguridad jurídica y aumentar la confianza de los usuarios; pide a la Comisión que adopte nuevas medidas a tal fin, recordando al mismo tiempo que las plataformas que no desempeñen un papel neutro, tal como se define en la Directiva sobre el comercio electrónico, no pueden acogerse a la exención de responsabilidad» Considerando 29, puede consultarse en: https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/A-8-2017-0204_ES.html#top

⁵⁶ Sobre la responsabilidad de las plataformas en línea, véase JIMÉNEZ HORWITZ, M., «Las responsabilidades de las plataformas en línea en el ámbito del derecho de los contratos: desde la protección de los consumidores hasta la protección de los profesionales y empresarios», *Revista CESCO*, enero 2020.

⁵⁷ Directiva (UE) 2019/2161 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de noviembre de 2019 por la que se modifica la Directiva 93/13/CEE del Consejo y las Directivas 98/6/CE, 2005/29/CE y 2011/83/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, en lo que atañe a la mejora de la aplicación y la modernización de las normas de protección de los consumidores de la Unión (DOUE) L 328/7, de 18 de diciembre de 2019.

(UE) 2019/2161) obliga a los proveedores de mercados en línea a proporcionar esta información. Así, cuando el tercero que ofrece los bienes, servicios o contenido digital declare su condición de no comerciante, las plataformas de intermediación en línea deben hacer una breve declaración indicando a los consumidores que no serán de aplicación al contrato la normativa de protección de los consumidores de la Unión. Asimismo, debe informarse a los consumidores de cómo se reparten las obligaciones entre el tercero y la plataforma que opera como proveedor del mercado. La información debe facilitarse de manera clara y comprensible y no solo en las condiciones generales o en documentos contractuales similares⁵⁸.

Para el caso de que las plataformas digitales no cumplan con su obligación de información sobre la identidad de la parte con la que el consumidor contrata, su posición de intermediarios no les exime de responsabilidad, quedando sometidos a la normativa de protección de los consumidores como parte de la relación contractual. A esta solución llegó el TJUE en la Sentencia de 9 de noviembre de 2016, *Sabrina Wathelet c. Garage Bietheres & Fils SPRL*⁵⁹, que consideró aplicable la Directiva (UE) 1999/44 sobre determinados aspectos de la venta y las garantías de los bienes de consumo⁶⁰ al intermediario que no había informado convenientemente al particular de quien era realmente la parte con la que estaba contratando, declarando que el concepto de «vendedor», conforme al artículo 1, apartado 2, letra c), «debe interpretarse en el sentido de que comprende también al profesional que actúa como intermediario por cuenta de un particular sin informar debidamente al consumidor adquirente de que el propietario del bien vendido es un particular⁶¹. De la doctrina del TJUE se desprende que en los contratos

La Directiva modifica cuatro Directivas preexistentes: la Directiva 1993/13 sobre las cláusulas abusivas; la Directiva 1998/6 sobre indicación de los precios; (de interés para nuestro tema) la Directiva 2005/29 sobre prácticas comerciales desleales; y la Directiva 2011/83 sobre los derechos de consumidores. Los estados miembros tendrán que transponerla no más tarde del 28 de mayo de 2022. Los distintos Estados miembros disponen hasta el 1 de julio de 2021 para proceder a su transposición, si bien la aplicación de tales medidas de transposición no tendrá lugar hasta el 1 de enero de 2022.

⁵⁸ Véase Considerando 27

⁵⁹ C-149/15, EU:C:2016:840.

⁶⁰ Directiva 1999/44 / CE del Parlamento Europeo y del Consejo de 25 de mayo de 1999 *sobre determinados aspectos de la venta de bienes de consumo y garantías asociadas* (DO L 171, de 7 de julio de 1999)

⁶¹ La sentencia resolvió la cuestión prejudicial planteada por la *Cour d'Appel* de Liège en la que se preguntaba acerca de la interpretación del concepto de «vendedor» de bienes de consumo y, más concretamente, si dicho concepto debía quedar referido solamente al profesional que transmite la propiedad a un consumidor o si, de forma distinta, también podría ser atribuido al profesional que actúa como intermediario de un vendedor no profesional. Tras un análisis de los hechos (Cfr- apartados 9 y 10) y al objeto de resolver el litigio, el Tribunal parte de la base de que el concepto de «vendedor» acogido en la Directiva 1999/44 no se refiere a la figura del intermediario y, por tanto, no acoge en su ámbito objetivo la responsabilidad que para esta deriva frente al consumidor en un contrato en el que no ha sido parte. Sin embargo, dicha constatación «no excluye por sí sola que pueda interpretarse el concepto de «vendedor», conforme al artículo 1, apartado 2, letra c), de la Directiva 1999/44, en el sentido de que engloba al profesional que actúa por cuenta de un particular cuando se muestra, desde el punto de vista del consumidor, como vendedor de un bien de consumo mediante contrato en el marco de su actividad profesional. De hecho, el profesional podría confundir al consumidor al dar la impresión errónea de que actúa en calidad de vendedor titular del bien» Por ello, considera que en circunstancias como las del procedimiento principal, donde el consumidor puede ser fácilmente inducido a error, debe atribuírsele un grado de protección reforzado, de forma que la responsabilidad del vendedor debe poder ser exigible al intermediario que crea

con consumidores un intermediario será considerado como la contraparte contractual si el consumidor, a la luz de las circunstancias, tiene derecho a suponer que ha contratado con él.

Al margen de la obligación de información que las plataformas intermediarias asumen frente al consumidor para identificar correctamente a las partes que intervienen en el contrato principal, se plantea la cuestión de si su condición de intermediarias les exime de cualquier responsabilidad por la actividad desplegada por las empresas que utilizan sus servicios. Esto es, si, pese a no responder directamente frente al consumidor de las condiciones en las que se vende un bien o se presta el servicio, podría serles exigida responsabilidad por la falta de control sobre las empresas que utilizan sus servicios para el caso de que lo prestaran de forma defectuosa o no reunieran las condiciones y requisitos necesarios para desarrollar la actividad que ofertan en la plataforma. La cuestión fue planteada en la Sentencia de 8 de mayo de 2018 dictada por la Audiencia Provincial de Cuenca⁶² en la que, junto al tema de la responsabilidad asumida por la plataforma en virtud de la actividad desplegada en la contratación y de su estatus jurídico, se aborda el de la responsabilidad de la plataforma intermediaria por la defectuosa prestación del servicio llevado a cabo por una de las empresas alojadas en la página web de la plataforma. La demandante había contratado un bono para montar a caballo en un centro Hípico a través de la plataforma YUMPING ADVENTURE SL⁶³, a la que pagaba el precio de la actividad, recibiendo a cambio un bono que la habría de entregar a la empresa que regentaba el centro Hípico. Durante el desarrollo de la actividad, la demandante sufrió una caída que le provocó lesiones, dándose la circunstancia de que el centro Hípico carecía de seguro de responsabilidad civil para cubrir los daños ocasionados. Sobre esta base, la actora ejercita una acción de reclamación de la indemnización de las lesiones sufridas contra la plataforma digital al considerar que le es imputable la responsabilidad derivada del contrato, que califica de compraventa, al vender dicho bono mediante su página web ofertando en ella como prestadoras del servicio a empresas que no están inscritas en el Registro de empresas y establecimientos turísticos, ni cumplen los requisitos de la actividad, ni disponen de un seguro de responsabilidad civil. Alegando su condición de consumidora exige responsabilidad a la plataforma por el incumplimiento de los requisitos para la prestación del servicio contratado con la empresa seleccionada, invocando en apoyo de su tesis los arts. 63, 19, 3, 89, 8, del Texto Refundido de la Ley de los Consumidores y Usuarios (TRLDCYU)⁶⁴. Señala que se trata de un contrato complementario del art. 59 de dicho texto legal en virtud del cual un consumidor y usuario adquiere bienes o servicios sobre la base de otro contrato celebrado con un empresario, incluido los contratos a distancia celebrados fuera del establecimiento y dichos bienes o servicios sean proporcionados por el empresario o un tercero sobre la base de un acuerdo

un riesgo de confusión al dirigirse al consumidor, haciéndole creer que actúa en calidad de propietario del bien objeto de la compraventa. Cfr. apartado 45.

⁶² SAP Cuenca (Sección 1ª), núm. 118/2018 de 8 mayo. (JUR 2018\185470)

⁶³ Como se desprende de sus condiciones generales de uso, YUMPING ADVENTURE, S.L, es una empresa cuya finalidad es poner a disposición de los usuarios de Internet un portal, *Yumping.com.*, que sirva de encuentro entre empresas que ofrecen actividades de aventura y ocio con usuarios interesados en actividades de aventura y ocio.

⁶⁴ Ley de Consumidores y Usuarios de 2007. Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre. (RCL 2007\2164)

entre dicho tercero y empresario. Por lo expuesto, exige a la plataforma responsabilidad por la defectuosa prestación del servicio, reclamando una indemnización de 22.459,19 euros⁶⁵.

La Sentencia de Primera Instancia desestimó la demanda absolviendo a YUMPING de los pedimentos formulados. El juzgador, tras realizar una serie de consideraciones sobre la relación jurídica que une a las partes, llegó a la consideración de que el contrato suscrito había de ser calificado como contrato de mandato y no de compraventa, como pretendía la demandante, que alegaba que la plataforma actuaba en nombre propio y no por encargo de otro. La demandante interpuso recurso de apelación interesando la revocación de la Sentencia y el dictado de una sentencia condenatoria de la demandada. El Tribunal de Apelación, al objeto de determinar la responsabilidad de la plataforma, diferencia dos cuestiones bien distintas: de un lado la responsabilidad de la plataforma atendiendo a su estatus jurídico y al papel que desempeña en la contratación y, de otro, la determinación de su responsabilidad atendiendo, no a su actividad de intermediación, sino a la falta de control sobre las empresas que aloja en su página web. Respecto a la primera, haciendo suya la doctrina de la «influencia decisiva» utilizada por el TJUE para la plataforma Uber⁶⁶ califica a YUMPING como plataforma digital de intermediación destacando, no obstante, que dicha intermediación no se reduce a ser una mera página de enlaces o anuncios, ya que asume gestiones tales como el cobro a través de la web, si por ello opta el consumidor⁶⁷. A la vista de la actividad que desarrolla, dirigida a facilitar los servicios de reserva y gestión de cobro desde la página web, considera que se corresponde con «una figura contractual de intermediación digital, con elementos propios y otros análogos a la mediación, corretaje o mandato» Respecto a la responsabilidad que asume declara que al no ser un proveedor le es de aplicación lo dispuesto en el artículo 17 LSSI⁶⁸ respecto a las plataformas de enlaces a contenidos o plataformas de búsqueda, que establece como norma general la exención de responsabilidad por las informaciones dirigidas a los destinatarios, exceptuando únicamente los supuestos en los que «el proveedor de contenidos al que se enlace o cuya localización se facilite actúe bajo la

⁶⁵ Véase FD Primero

⁶⁶ Véase *Supra*, p.8

⁶⁷ Véase FD Segundo

⁶⁸ Artículo 17 LSSI: *Responsabilidad de los prestadores de servicios que faciliten enlaces a contenidos o instrumentos de búsqueda*. «1. Los prestadores de servicios de la sociedad de la información que faciliten enlaces a otros contenidos o incluyan en los suyos directorios o instrumentos de búsqueda de contenidos no serán responsables por la información a la que dirijan a los destinatarios de sus servicios, siempre que: a) No tengan conocimiento efectivo de que la actividad o la información a la que remiten o recomiendan es ilícita o de que lesiona bienes o derechos de un tercero susceptibles de indemnización, o b) Si lo tienen, actúen con diligencia para suprimir o inutilizar el enlace correspondiente. Se entenderá que el prestador de servicios tiene el conocimiento efectivo a que se refiere el párrafo a) cuando un órgano competente haya declarado la ilicitud de los datos, ordenado su retirada o que se imposibilite el acceso a los mismos, o se hubiera declarado la existencia de la lesión, y el prestador conociera la correspondiente resolución, sin perjuicio de los procedimientos de detección y retirada de contenidos que los prestadores apliquen en virtud de acuerdos voluntarios y de otros medios de conocimiento efectivo que pudieran establecerse 2. La exención de responsabilidad establecida en el apartado 1 no operará en el supuesto de que el proveedor de contenidos al que se enlace, o cuya localización se facilite, actúe bajo la dirección, autoridad o control del prestador que facilite la localización de esos contenidos».

dirección, autoridad o control del prestador que facilite la localización de esos contenidos»⁶⁹.

En cuanto a la segunda cuestión, referida al alcance de su responsabilidad, no en su actividad de intermediación sino por la falta de control sobre las empresas que aloja en su página web, la sentencia parte de la base de que «como intermediaria entre el consumidor y la prestataria de servicios, YUMPING ofrece sus servicios de gestión del pago a través de bonos, de forma que su responsabilidad alcanza, y así es estipulada, al buen fin de dicha reserva y realización de la prestación de servicios». Advierte que la cuestión planteada no concierne a la aplicación de la normativa de la sociedad de información o del comercio a distancia, en orden a la posibilidad de desistimiento de la adquisición del bono o devolución en el caso de que no se prestase dicho servicio, sino que «lo que plantea la recurrente, y es la base de su demanda, es que dicha responsabilidad ha de alcanzar al control de que las empresas que oferta cumplan los requisitos administrativos y tengan seguro de responsabilidad civil» Siendo ello así, reconoce que el hilo argumental que subyace en la demanda trae su causa en la culpa o negligencia de la plataforma de intermediación por incluir entre sus ofertas una empresa que no reúne las características legales precisas. Ello, sobre la base de que el consumidor contrata con una determinada empresa debido a la confianza que le ofrece el portal de internet en el que elige sus servicios. Al respecto, la plataforma demandada apelada, buscando similitudes en la labor de las agencias inmobiliarias o en el corretaje de compraventa, insiste en la ausencia de garantía del buen fin de la operación. Ahondando en esta comparación, admite el Tribunal que la labor de las plataformas digitales se asemeja, aunque sean esencialmente diferentes, al servicio prestado por una agencia *on line* de viajes, en cuanto realiza una serie de ofertas entre las que el consumidor elige. Siendo ello así, declara que la aparente neutralidad de la plataforma como un servicio web de alojamiento de anunciantes y gestión del cobro no la exime de toda responsabilidad. Considera que le son de aplicación el artículo 260 del Código de Comercio y el Código Civil que impone, para todo mandato, el desempeño de este conforme a las instrucciones del mandante o, en su defecto, conforme lo haría un buen padre de familia según la naturaleza del negocio. Igualmente, considera aplicable a la plataforma el TRLCYU, que impone el deber de información al consumidor y obliga al empresario a facilitar la información precisa para formar la voluntad contractual, y en concreto la referida en el art. 60 y art. 97, relativa a los contratos a distancia.

Respecto al cumplimiento del deber de información por parte de la empresa demandada, la sentencia hace notar cómo la información suministrada por la plataforma se recoge en el apartado «Protección YUMPING» en el que se informa de la garantía de responsabilidad, señalando textualmente que «Nuestro sistema de opiniones se asegura de que todas nuestras empresas estén sujetas a los más altos estándares de profesionalidad. Las calificaciones están basadas en los comentarios de clientes verificados». Independientemente de lo que aduce la plataforma sobre su neutralidad en la intermediación o no aseguramiento de buen fin, a través de este apartado considera la sentencia que se está informando al consumidor de que las empresas anunciantes cumplen "los más altos estándares de profesionalidad". Así pues, «por mucho que el condicionado

⁶⁹ Véase FD Segundo

general exima de toda responsabilidad a YUMPING, tal exención no puede implicar, frente al consumidor, una suerte de exoneración de la responsabilidad en la que como tal gestora o intermediadora digital pudiera incurrir». No puede obviarse, reitera el Tribunal, que «la inclusión de una empresa en su portal genera una confianza en el consumidor de que las empresas que anuncia se encuentran legalizadas en su actividad, sin que en principio le sea exigible al consumidor que compruebe cada una de las características de la empresa prestadora de servicio...(...)...La plataforma, en su deber de buena fe contractual, debe cerciorarse de que las empresas que se encuentran alojadas en su web cumplen la normativa básica específica, sin que pueda alegarse por la plataforma intermediaria su implantación internacional y la diferente legislación de cada país, pues en todo caso ha de exigirse la adecuación a la legalidad del lugar donde se hallen ubicadas». Siendo ello así, admite que la ausencia de control o aseguramiento de toda la información que ha de suministrarse no determina para la plataforma una responsabilidad por hecho ajeno en cuanto que no presta directamente el servicio ofertado, sino que quienes lo hacen son las empresas anunciantes. Sin embargo, ello no excluye la posibilidad de su responsabilidad propia por la inclusión de actividades no legalizadas. Por ello, «aunque en la relación cliente empresa prestadora y YUMPING el primero declare que tiene todas las licencias y exima a la plataforma de toda responsabilidad, no ha de entenderse exonerada la plataforma frente al consumidor en su deber de información suficiente, ni pueden ser efectivas en su contra cláusulas que limiten dicha responsabilidad frente al consumidor o la exoneren conforme proscriben el art. 86 del TRLCYU y la Directiva de cláusulas abusivas 93/13/CEE.....(...)..., confiando el consumidor en la plataforma digital el contacto con un anunciante prestador de servicio se realiza en dicha confianza, entendiéndose reúne los requisitos legales. Si el consumidor hubiera sabido que el anunciante no tenía legalizada la actividad, no tenía seguro de responsabilidad civil ni de accidentes se hubiera planteado su suscripción, siendo dicha información de relevancia tal que su omisión ha de entenderse negligente»⁷⁰.

Por lo expuesto, la sentencia estima el recurso interpuesto y declara la responsabilidad de la plataforma digital debido a la falta de aseguramiento de que las empresas anunciadas reúnen un estándar mínimo de calidad, y, como mínimo, que cuentan con licencia y seguro. Declara expresamente que «por mucha exoneración o advertencia que contenga el condicionado general predispuesto por la plataforma, concurre responsabilidad de esta por haber incluido entre la sugerencia de empresas prestadoras de servicio aquella que no reunía los requisitos legales, sin advertir al consumidor de dicha falta de licencia y seguro. Responsabilidad que ha de entenderse viola los términos básicos la relación contractual de intermediación, quebrando el mínimo deber de diligencia que le es exigible a la empresa intermediaria».

⁷⁰ Véase FD Tercero

III. LA ADAPTACIÓN DE LA NORMATIVA EUROPEA AL NUEVO ESCENARIO CONTRACTUAL

1. LA INSUFICIENCIA DEL ACTUAL ACERVO COMUNITARIO PARA PROTEGER A LOS CONSUMIDORES QUE CONTRATAN A TRAVÉS DE PLATAFORMAS INTERMEDIARIAS

De lo expuesto hasta el momento se desprende que el actual acervo comunitario puede resultar obsoleto e insuficiente para otorgar suficiente protección a los consumidores que contratan en el entorno de la economía de plataformas. Como expresamente declaró el «Grupo de Trabajo sobre regulación de los Servicios digitales»⁷¹, el rápido crecimiento de plataformas intermediarias en línea como Airbnb, Uber o Amazon *Marketplace*, no solo ha traído nuevos desafíos para los modelos de negocio existentes sino que también ha desatado un debate sobre la necesidad de ajustar la legislación de la UE. La estructura triangular que genera la contratación en línea a través de plataformas digitales puede confundir a los consumidores al momento de identificar claramente quienes son sus contrapartes contractuales y cómo se ven afectados sus derechos y obligaciones, siendo necesario un importante esfuerzo por parte de los legisladores para adaptar la normativa actual en materia de contratación electrónica y de protección de los consumidores a los nuevos modelos de negocio que emergen en el marco de la economía de plataformas.

La normativa europea sobre derecho de consumo y comercialización no se acomoda a la estructura de la contratación en línea a través de plataformas digitales. Diseñada aquella para regir las relaciones «bipolares»⁷² entre empresarios y consumidores, encuentra justificación en el desequilibrio entre las posiciones de las partes cuando el empresario es proveedor y el adquirente consumidor. Esta insuficiencia fue puesta de relieve por el Consejo en sus Conclusiones sobre *La configuración del futuro digital de Europa*⁷³ publicadas el 9 de junio de 2020. Destacando el importante papel que la economía de plataformas desempeña en la conformación del futuro digital de Europa y, más concretamente, del Mercado Único Digital (MUD)⁷⁴, reconoce que gran parte del actual acervo comunitario previsto para regular los contratos electrónicos celebrados a través de Internet, integrado por Directivas, Reglamentos y otras normas, entre las que destaca la

⁷¹ Grupo integrado por diversos estudiosos jurídicos de varios Estados miembros europeos con el objetivo de debatir acerca de una Directiva de Plataformas Intermediarias online. Su finalidad última es lograr una adecuada protección del consumidor, que a su vez permita la innovación. *Research Group on the law of digital services*, «Discussion Draft of a Directive on Online Intermediary Platforms», *Journal of European Consumer and Market Law*, núm 4/2016.

⁷² Véase BUSCH, *et al.*, «The Rise of the Platform Economy: ¿A New Challenge for EU Consumer Law? » ..., cit. p.4

⁷³ Conclusiones del Consejo de la Unión Europea sobre la configuración del futuro digital de Europa, aprobadas mediante procedimiento escrito el 9 de junio de 2020 (ST 8711/ 2020 INIT), apartado 47, pueden consultarse en: https://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-8711-2020-INIT/es/pdf__Previamente, el 7 de junio de 2019, el mismo órgano había adoptado unas Conclusiones sobre el futuro de una Europa altamente digitalizada más allá de 2020, con el título «Impulsar la competitividad digital y económica en toda la Unión y la cohesión digital». Disponible en inglés en: <https://www.consilium.europa.eu/media/39667/st10102-en19.pdf>

⁷⁴ «Conecta a empresas y consumidores europeos a través de las fronteras nacionales, posibilita el comercio, el emprendimiento y los nuevos modelos de negocio, y amplía las posibilidades de elección de bienes y servicios por parte de los consumidores»

Directiva (UE) 2000/31, resulta obsoleto e insuficiente para hacer frente a los retos que plantean.⁷⁵ En la misma línea se pronuncia el Comité Europeo de las Regiones en su Dictamen emitido en el año 2020 *Un marco europeo de respuestas normativas a la economía colaborativa*⁷⁶, al afirmar que «la aplicación concreta del Derecho de la Unión a estos nuevos modelos de negocio dista mucho de ser completa y es a menudo difícil de establecer, como lo denotan las intensas controversias y recursos a los tribunales que han desencadenado dichos modelos».

Sin perder de vista que bajo el manto de la «economía de plataformas» tienen cabida actividades de muy distinta índole a las que, jurídicamente, es difícil dar respuesta uniforme, resulta esencial la fijación de un marco regulatorio común a nivel europeo que estimule el crecimiento de este modelo de contratación y evite la confusión y fragmentación normativa y proliferación de normas sectoriales contradictorias a nivel nacional. Desde la UE se aboga por la creación de un marco regulatorio único y equilibrado que evite la heterogeneidad de normas nacionales y locales para las plataformas. Se considera que solo así podrán obtenerse los beneficios de la economía de la plataforma y estimular el crecimiento de las empresas. De no ser así, «las diferentes normas nacionales o, incluso, locales para las plataformas en línea crean incertidumbre para los operadores económicos, limitan la disponibilidad de servicios digitales y generan confusión para los usuarios y las empresas»⁷⁷. Como advierte VILALTA NICUESA, el reto de la protección de los consumidores en la economía de plataformas exige la adopción armonizada de algunas medidas de carácter legislativo. En su opinión, «es oportuno ordenar el acervo normativo de la Unión Europea al que quedan sometidas estas plataformas digitales en ámbitos tales como la competencia, la protección de consumidores, datos personales, libertades del mercado único o seguridad de las redes y de la información- así como garantizar su cumplimiento para generar confianza y que todos los agentes puedan competir en condiciones de igualdad»⁷⁸.

2. EL CAMINO HACIA LA CONSTRUCCIÓN DE UN MARCO COMÚN EUROPEO REGULADOR DE LA CONTRATACIÓN EN LÍNEA

Las Instituciones europeas, conscientes del importante y decisivo papel que las plataformas en línea desempeñan en la creación de un «valor digital» y, consiguientemente, de su importancia para el funcionamiento eficaz del MUD, han tomado conciencia de la necesidad de adaptar el actual acervo comunitario regulador de

⁷⁵ Declara expresamente que, pese a los enormes beneficios obtenidos gracias a la Directiva sobre el comercio electrónico en materia de seguridad jurídica, comercio transfronterizo y crecimiento de los servicios digitales, la evolución experimentada por las plataformas digitales y la amplitud y diversidad de modelos de negocio y servicios digitales «plantean nuevos desafíos a los que el marco reglamentario actual no siempre da respuesta», Cfr. apartado 47, Conclusiones del Consejo sobre el futuro digital de Europa..., cit.

⁷⁶ Dictamen del Comité Europeo de las Regiones «Un marco europeo de respuestas normativas a la economía colaborativa» ..., cit.

⁷⁷ Véase Informe «Las plataformas en línea y el mercado único digital. Retos y oportunidades para Europa» ..., cit, apartado 4.

⁷⁸ VILALTA NICUESA, «La regulación europea de las plataformas digitales en la era de la economía colaborativa. Un cambio de paradigma en el sistema de reparación europeo» ..., cit.

la contratación electrónica al nuevo escenario contractual generado por la economía de plataformas. A tal fin, desde hace años vienen siguiendo una estrategia dirigida a la configuración del futuro digital de la Unión Europea. Fue en el año 2015 cuando la Comisión Europea estableció una *Estrategia para el Mercado Único Digital*⁷⁹ en la que se comprometía a realizar una evaluación del papel de las plataformas en línea y a conseguir un marco regulador unitario y armónico de estos intermediarios dirigido a «evitar la fragmentación entre las legislaciones nacionales y suprimir los obstáculos técnicos, legales y fiscales, con el fin de permitir que las empresas, los ciudadanos y los consumidores se beneficien plenamente de las herramientas y los servicios digitales»⁸⁰. Sobre la base de tres pilares⁸¹, entre los que destaca la mejora del acceso de los consumidores y de las empresas a los bienes y servicios digitales de la UE el, entonces, Presidente de la Comisión, Juncker, asumió la adopción de ambiciosas medidas legislativas destinadas a la consecución de un mercado único digital conectado⁸². Un año más tarde, en la Comunicación al Parlamento europeo y al Consejo *Una agenda europea para la Economía colaborativa*⁸³, la Comisión profundiza en el estudio de los retos prácticos que plantea la contratación a través de plataformas en línea, proponiendo la dotación de un mínimo marco común regulador que garantice, entre otros aspectos, la competencia de los mercados y la protección de los usuarios y de los consumidores.

No obstante, fue en la Comunicación *Plataformas en línea y las oportunidades y desafíos del mercado único digital para Europa*⁸⁴ donde la Comisión analiza en

⁷⁹ En ella se define el mercado único digital como «aquél en el que la libre circulación de mercancías, personas, servicios y capitales está garantizada y en el que personas y empresas pueden acceder fácilmente a las actividades y ejercerlas en línea en condiciones de competencia, con un alto nivel de protección de los datos personales y de los consumidores, con independencia de su nacionalidad o lugar de residencia». «Estrategia para un Mercado Único Digital», COM (2015)192 final, de 6 de mayo 2015.

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX%3A52015DC0192..> Véase también la Comunicación relativa a la revisión intermedia de la aplicación de la Estrategia para el Mercado Único Digital: «Un mercado único digital conectado para todos». COM (2017)228 final, de 10 de mayo de 2017.

⁸⁰ Véase la Resolución del Parlamento Europeo, de 15 de junio de 2017, sobre las plataformas en línea y el mercado único digital (2016/2276(INI), disponible en:

https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-8-2017-0272_ES.pdf

⁸¹ 1) mejora del acceso de los consumidores y las empresas a los bienes y servicios digitales en Europa; 2) creación de unas condiciones adecuadas y equitativas para el éxito de las redes digitales y los servicios innovadores; 3) aprovechamiento máximo del potencial de crecimiento de la economía digital. Para su consecución, consideraba necesario que los legisladores nacionales adoptaran normas comunes en determinadas materias como: la regulación de las telecomunicaciones, los derechos de propiedad intelectual, la legislación sobre protección de datos, el Derecho de la competencia o el Derecho de los consumidores. En su opinión, solo así resultaría posible la creación de unas condiciones de competencia equitativas en las que todas las empresas que ofrecieran sus productos o sus servicios digitales en la Unión Europea quedarán sujetas a unas mismas normas en materia de protección de datos y de los consumidores, con independencia del lugar en que se encontrara su servidor. Véase Introducción, «Estrategia para el Mercado Único Digital» ..., cit.

⁸² Véase «El mercado único digital omnipresente» Fichas temáticas sobre la Unión Europea. <https://www.europarl.europa.eu/factsheets/es/sheet/43/el-mercado-unico-digital-omnipresente>.

⁸³ Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones: «Una agenda europea para la economía colaborativa» ..., cit.

⁸⁴ Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones. «Las plataformas en línea y el mercado único digital. Retos y oportunidades para Europa», COM (2016) 288 final, 25 de mayo de 2016, disponible en:

profundidad el papel que desempeñan las plataformas en línea. El documento forma parte de un proceso de reflexión de mayor calado «destinado a dotar al mercado único digital de un proyecto de desarrollo sólido que permita a Europa competir con las grandes potencias en este ámbito, señaladamente los Estados Unidos y el mercado asiático»⁸⁵. En él la CE utiliza por primera vez la expresión «economía de la plataforma», reconociendo expresamente la revolución que la entrada en escena de estos modelos empresariales ha operado en el mercado, así como las grandes oportunidades de innovación que ofrecen para desarrollar negocios, productos y servicios, tanto a las nuevas empresas europeas como a los agentes del mercado ya establecidos. Consciente del decisivo papel que juegan para la consecución del MUD, y al objeto de poder desarrollarlas e impulsar en Europa la emergencia de nuevos modelos y conservar los actuales, destaca la necesidad de establecer las condiciones marco y el entorno que les sean adecuados⁸⁶. Más concretamente, declara que para que Europa pueda aprovechar todas las ventajas de la economía de las plataformas en línea y estimular el crecimiento de las empresas europeas emergentes en ese ámbito, resulta necesario promover un marco regulatorio común a nivel europeo, evitando la diversidad de normativas nacionales reguladoras de las plataformas en línea, ya que ello generaría incertidumbre e inseguridad para los agentes económicos y confusión para los usuarios⁸⁷. Se recuerda que las normas de la UE que rigen actualmente ámbitos tales como la competencia, la protección de los consumidores, la protección de los datos personales o las libertades del mercado único, son aplicables también a las plataformas en línea. Su cumplimiento «es esencial para garantizar que todos los agentes puedan competir en condiciones de igualdad. Con ello, tanto las empresas como el público en general podrán incorporarse con confianza a las plataformas en línea»⁸⁸. Sobre la base de esta Comunicación, el Parlamento Europeo elaboró una Propuesta de Resolución⁸⁹ en la que, destacando la transformación que la evolución y desarrollo de la economía de plataformas ha operado en el modo en que los usuarios y las empresas interactúan con los proveedores de contenidos, los comerciantes y otras personas que ofrecen bienes y servicios, reitera los beneficios y oportunidades que puede representar para la economía al aumentar la oferta disponible para los consumidores y crear y configurar nuevos mercados⁹⁰. A la vista de la gran variedad de modelos de plataformas en línea que operan en el mercado y de la constante evolución del mundo digital, renuncia a ofrecer una definición de plataformas digitales unitaria a escala de la Unión Europea que sea jurídicamente pertinente y válida en el futuro. No obstante,

<http://eurlex.europa.eu/legalcontent/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:52016DC0288&from=N>

85 JARNE MUÑOZ, P., «Nuevos vientos para las plataformas en línea en el mercado único digital», *Revista CESCO de Derecho de Consumo* núm. 18/2016. Estudios y Consultas, pp.96 a 106

86 Cfr. apartado 3 sobre la «Creación de un entorno adecuado para atraer, retener y desarrollar a nuevos innovadores de las plataformas en línea»

87 «...es obvio que en un mercado único no puede haber 28 normativas diferentes para esas plataformas. La existencia para ellas de normas diferentes a nivel nacional e incluso local crea incertidumbre para los agentes económicos, limita la disponibilidad de servicios digitales y genera confusión para los usuarios y las empresas» Cfr. Párrafo 2, apartado 4. Establecimiento de un marco reglamentario equilibrado para las plataformas en línea en el mercado único digital.

88 Véase Párrafo tercero, apartado 4

89 Propuesta de Resolución del Parlamento Europeo sobre *las plataformas en línea y el mercado único digital...*, cit.

90 Considerandos B, C y D

consciente de la importancia de evitar una potencial fragmentación del mercado interior de la Unión provocada por la proliferación de normas y definiciones regionales o nacionales, así como de la necesidad de aportar seguridad e igualdad de condiciones, tanto a las empresas como a los consumidores, considera «que las plataformas en línea deben diferenciarse y definirse en la legislación sectorial pertinente a escala de la Unión con arreglo a sus características, clasificaciones y principios y siguiendo un enfoque orientado a la resolución de problemas»⁹¹. En el mismo año 2016 se crea el «Grupo de trabajo para la regulación de los Servicios Digitales» al que se le encarga la elaboración de un borrador de Directiva sobre Plataformas intermediarias.

El año 2019 fue decisivo para dar un empuje a la protección de los consumidores en el marco de la economía digital⁹². Con la finalidad de reforzar la transparencia y las buenas prácticas en la contratación *on line* se lleva a cabo una importante labor de adaptación y modernización del acervo comunitario en materia de protección de los consumidores que contratan en línea, que culmina con la Directiva (UE) 2019/2161, sobre mejora de la aplicación y la modernización de las normas de protección de los consumidores de la Unión, en la que se propone actualizar la definición de «mercado en línea» con el fin de tener en cuenta las nuevas tecnologías y promover un marco de confianza y seguridad de los consumidores⁹³. Con la misma finalidad de fomentar la transparencia en la contratación y fomentar la confianza y seguridad de los consumidores que adquieren bienes o servicios digitales, se aprueban las DSCD y DCB, que afectan al contenido del TRLGDCU, y que han sido incorporadas al derecho español a través del Real Decreto-ley 7/2021, de 27 de abril⁹⁴. Ambos textos, como afirma MORAIS CARVALHO,

⁹¹ En su opinión, las plataformas en línea entre empresas y consumidores (B2C) y aquellas entre consumidores (C2C), aun cuando operan en un abanico muy diverso de actividades, que aconseja identificarlas adoptando enfoques diferentes, se caracterizan por determinados rasgos comunes: «el hecho de operar en mercados multifacéticos; el hecho de permitir que varias partes pertenecientes a dos o más grupos distintos de usuarios se pongan en contacto directo por vía electrónica; el hecho de conectar a distintos tipos de usuarios; la oferta de servicios adaptados a las preferencias de los usuarios y basados en los datos facilitados por ellos; la clasificación o referenciación de contenidos, recurriendo por ejemplo a algoritmos informáticos, de bienes o de servicios propuestos o puestos en línea por terceros; la agrupación de varias partes con vistas a la venta de un bien, la prestación de un servicio o el intercambio o la puesta en común de contenidos, información, bienes o servicios». De forma distinta, observa que debe establecerse una diferencia clara entre las plataformas B2C y las plataformas B2B, «sobre todo a la luz de las nuevas plataformas en línea B2B, que son clave para el desarrollo de la internet industrial, como los servicios basados en la nube o las plataformas para compartir información que permiten la comunicación entre productos de la internet de las cosas; pide a la Comisión que suprima los obstáculos del mercado único que lastran el crecimiento de dichas plataformas, Apartados 6,7,8 y 13

⁹² Así fue destacado desde el propio seno de la UE en su Informe General del año 2019, pp. 35 ss. <https://op.europa.eu/es/publication-detail/-/publication/66c4ad7e-6281-11ea-b735-01aa75ed71a1/language-es>

⁹³ Véase Considerando 25.

⁹⁴ Véase Real Decreto-ley 7/2021, de 27 de abril, de transposición de directivas de la Unión Europea en las materias de competencia, prevención del blanqueo de capitales, entidades de crédito, telecomunicaciones, medidas tributarias, prevención y reparación de daños medioambientales, desplazamiento de trabajadores en la prestación de servicios transnacionales y defensa de los consumidores. (BOE núm. 101, de 28 de abril de 2021)

representan un reto importante para el Derecho del consumo a escala europea⁹⁵. Por otra parte, al objeto de proteger a las pequeñas empresas frente a los titulares de la plataforma digitales que actúan como intermediarias en la contratación, fue aprobado el Reglamento 2019/1150 sobre el fomento de la equidad y la transparencia para los usuarios profesionales de servicios de intermediación en línea⁹⁶, ya en vigor. El texto, si bien considera los servicios de intermediación en línea factores esenciales para el emprendimiento y los nuevos modelos de negocio, el comercio y la innovación, destacando su importancia como factores cruciales para el éxito comercial de las empresas que los utilizan al objeto de llegar a los consumidores⁹⁷, llama la atención sobre la dependencia de las empresas suministradoras (fabricantes) respecto de los titulares de las plataformas, y del mayor poder de negociación de éstos, que les permitiría imponer sus condiciones⁹⁸.

En el año 2020, como parte de la Estrategia Digital Europea, el Parlamento Europeo adoptó diversas Resoluciones⁹⁹ en las que pide a la Comisión que presente sin demora un conjunto de propuestas legislativas constitutivas de una Ley de Servicios Digitales. Se persigue conseguir un marco regulador dirigido a revisar y actualizar las normas digitales de la Unión aplicables a las plataformas digitales y, más concretamente, que revise y actualice la Directiva 2000/31 sobre comercio electrónico, claramente insuficiente para hacer frente a los nuevos retos que plantean las tecnologías digitales y los nuevos modelos de negocio del siglo XXI. Las distintas Comisiones del Parlamento Europeo¹⁰⁰ aprobaron tres informes en los que, si bien se recomienda mantener los principios generales de la Directiva, piden a la Comisión que revise la legislación vigente aplicable a los prestadores de servicios y que diferencie entre los servicios digitales dirigidos a los consumidores y los dirigidos a los profesionales¹⁰¹. En respuesta a esta demanda, la CE ha iniciado una ambiciosa reforma legislativa dirigida a regular las plataformas en línea, que se concreta

⁹⁵ En este sentido, véase MORAIS CARVALHO, J., «Las Directivas 2019/770 y 2019/771. Introducción y ámbito de aplicación», *La Notaría*, 2 de marzo de 2019, p. 119

⁹⁶ Reglamento (UE) 2019/1150 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 20 de junio de 2019: *El fomento de la equidad y la transparencia para los usuarios profesionales de servicios de intermediación en línea*, (DOUE-L 186/57, de 11 de Julio de 2019).

⁹⁷ Véase Considerando 1

⁹⁸ Véase Considerando 2

⁹⁹ Véase «Ley de servicios digitales: una mejora del funcionamiento del mercado único» Parlamento Europeo, Resolución sobre una mejora del funcionamiento del mercado único [2020/2018(INL)]; «Ley de servicios digitales y cuestiones relacionadas con los derechos fundamentales», Parlamento Europeo, Resolución sobre la Ley de servicios digitales y cuestiones relacionadas con los derechos fundamentales [2020/2022(INI)]. «Ley de servicios digitales: adaptación de las normas de Derecho mercantil y civil a las entidades comerciales que operan en línea» Resolución del Parlamento Europeo, de 20 de octubre de 2020, con recomendaciones destinadas a la Comisión sobre una Ley de Servicios Digitales: adaptación de las normas de Derecho mercantil y civil a las entidades comerciales que operan en línea (2020/2019(INL)] Véase también el Informe elaborado por la Comisión de Mercado Interior y Protección del Consumidor con recomendaciones destinadas a la Comisión, sobre la Ley de servicios digitales: una mejora del funcionamiento del mercado único (2020/2018(INL), publicado el 7 de octubre 2020. https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/A-9-2020-0181_ES.html

¹⁰⁰ Comisión de Mercado Interior y Protección del Consumidor (IMCO), Comisión de Asuntos Jurídicos (JURI) y la Comisión de Libertades Civiles, Justicia y Asuntos de Interior (LIBE).

¹⁰¹ Véase el Estudio del Parlamento Europeo *Ley de Servicios Digitales*, disponible en: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/ATAG/2020/659278/EPRS_ATA\(2020\)659278_ES.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/ATAG/2020/659278/EPRS_ATA(2020)659278_ES.pdf)

en dos grandes textos: la Propuesta de Reglamento de Mercados Digitales¹⁰², conocida como *Digital Markets Act (DMA)*, y la Propuesta de Reglamento de Servicios Digitales¹⁰³, conocida como *Digital Services Act (DSA)*.

Sin entrar en este momento a examinar las propuestas, y a la espera de ver el resultado final, lo cierto es que una futura regulación de la contratación en línea a través de plataformas digitales exige revisar la normativa acogida en la Directiva 2000/31 para los PSSI abordando, entre otras, las siguientes cuestiones: 1) Revisar el concepto de PSSI y modernizar las actividades acogidas en los artículos 12-14 de la directiva¹⁰⁴, diferenciando entre los que, aun cuando lleven a cabo una labor de intermediación alojando o almacenando datos de terceros y no sean parte directa de la relación contractual, ejercen un control e influyen en la perfección del contrato, y los que desempeñan un mero papel instrumental, limitando su actividad a alojar o almacenar datos de terceros sin influir en la contratación. Los primeros, sometidos al régimen de los profesionales del sector y a las normas de derecho de consumo y los segundos al de la sociedad de la información. 2) Sentar criterios claros que permitan diferenciar en qué casos una plataforma digital ha de ser calificada como PSSI intermediario sometido al ámbito de la sociedad de la información y en cuales a la normativa de los profesionales del sector y al derecho de consumo. 3) Revisar el régimen de responsabilidad acogido en la Directiva 2000/31, excluyendo de su aplicación a las plataformas digitales que desplieguen una actividad que pueda resultar esencial para la celebración del contrato en línea. Es preciso dejar claro cuáles son las obligaciones y qué responsabilidad asumen las plataformas digitales frente a los consumidores por la falta de conformidad en la prestación del bien o servicio llevado a cabo por las empresas que las utilizan.

En definitiva, se persigue un marco regulador que proporcione herramientas e instrumentos dirigidos a facilitar la identidad de las partes que intervienen en la relación contractual, dejando claro cuáles son los derechos y obligaciones de cada uno de los agentes intervinientes y, más concretamente, en qué casos van a quedar sometidos a las normas reguladoras de la sociedad de la información y en cuales a las normas del derecho de los consumidores de la UE¹⁰⁵.

¹⁰² Propuesta de Reglamento del Parlamento Europeo y del Consejo sobre mercados competitivos y justos en el sector digital (Ley de Mercados Digitales). (COM/ 2020/842 final) 2020/0374(COD), 15 de diciembre de 2020. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/HTML/?uri=CELEX:52020PC0842&from=EN>

¹⁰³ Propuesta de Reglamento del Parlamento Europeo y del Consejo relativo a un mercado único de servicios digitales (Ley de servicios digitales) por el que se modifica la Directiva 2000/31/CE COM (2020) 825 final, 2020/0361 (COD), 15 de diciembre de 2020. Puede consultarse en: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:52020PC0825&from=en>

¹⁰⁴ En este sentido, ARROYO AMAYUELAS, E., «La necesidad de actualizar la directiva de comercio electrónico», *La Notaría*, 2020, vol. 2019, núm. 2-3, p. 131.

¹⁰⁵ BUSCH, *et al.*, abogan por la elaboración de una «Directiva de plataforma» que dé respuesta a estas cuestiones. BUSCH, *et al.*, «The Rise of the Platform Economy: ¿A New Challenge for EU Consumer Law? » ..., cit. p.4

BIBLIOGRAFÍA

ARROYO AMAYUELAS, E., «La necesidad de actualizar la directiva de comercio electrónico», *La Notaría*, 2020, vol. 2019, núm. 2-3, pp. 130-132.

«La responsabilidad de los intermediarios en Internet ¿puertos seguros a prueba de futuro?», *Cuadernos de Derecho Transnacional* (marzo 2020), Vol. 12, núm. 1, pp. 808-837.

BOTSMAN, R. Y ROGERS, B., *What's Mine is Yours: The Rise of Collaborative Consumption*. Septiembre 2010.

BUSCH, C. *et al.*, «The Rise of the Platform Economy: ¿A New Challenge for EU Consumer Law? » *EuCML, Journal of European Consumer and Market Law*, 1/2016, 15 February 2016, Volume 5. Special Issue: The rise of the platform economy.

CÁMARA LAPUENTE, S., «Resolución contractual y destino de los datos y contenidos generados por los usuarios de los servicios digitales», *El Derecho Privado en el nuevo paradigma digital*, VV. AA (ARROYO AMAYUELAS Y CÁMARA LAPUENTE, Dirs.), edit. Marcial Pons, Colegio Notarial de Cataluña, 2020, pp. 141-174.

CAMPOS CARVALHO, J., «Conclusión de contratos en plataformas *on line*», *La Notaría*, 2 de marzo de 2019, Internacional.

«On line platforms: concept, role in the conclusions of contracta and current legal frameworks in Europe», *El Derecho Privado en el nuevo paradigma digital*, VV. AA (ARROYO AMAYUELAS Y CÁMARA LAPUENTE, Dirs.), edit. Marcial Pons, Colegio Notarial de Cataluña, 2020, pp.239-254.

«Plataformas En línea: Concepto, Pape en la conclusión de contratos y marco legal actual en Europa». *Cuadernos de Derecho* 12, núm. 1, marzo 5, 2020, pp. 863-874.

CAMPUZANO TOMÉ, H., «La entrada en escena de las plataformas colaborativas: ¿Prestadoras de servicios profesionales o empresas tecnológicas?», *Derecho y nuevas tecnologías*, VV. AA, (L.A. FERNÁNDEZ VILLAZÓN, Cood.), Civitas, Thomson Reuters, Cizur Menorca 2020, pp. 469-491.

CUENA CASAS, M., «Los riesgos para los consumidores y usuarios en la contratación a través de plataformas intermediarias en línea», Blog *HayDerecho*, entrada publicada el 28 de febrero de 2019, <https://hayderecho.expansion.com/2019/02/28/los-riesgos-para-los-consumidores-y-usuarios-en-la-contratacion-a-traves-de-plataformas-intermediarias-en-linea/>

«Plataformas intermediarias en línea: o son instrumentales o prestan el servicio subyacente. A propósito de la sentencia del TJUE en el “caso AIRBNB”». Blog *HayDerecho*, entrada publicada el 13 de enero de 2020, <https://hayderecho.expansion.com/2020/01/13/plataformas-intermediarias-en-linea-o-son-instrumentales-o-prestan-el-servicio-subyacente-a-proposito-de-la-sentencia-del-tjue-en-el-caso-airbnb/>

«La contratación a través de plataformas intermediarias en línea» *Cuadernos de Derecho Transnacional* (octubre 2020), Vol. 12, núm. 2, pp. 283-348.

GARCÍA PÉREZ, R.M., «Interacción entre protección del consumidor y protección de datos personales en la Directiva (UE)2019/770: Licitud del tratamiento y conformidad de contenidos y servicios digitales», *El Derecho Privado en el nuevo paradigma digital* VV. AA (ARROYO AMAYUELAS Y CÁMARA LAPUENTE, Dirs.), edit. Marcial Pons, Colegio Notarial de Cataluña, 2020, pp. 175-208.

JARNE MUÑOZ, P., «Nuevos vientos para las plataformas en línea en el mercado único digital», *Revista CESCO de Derecho de Consumo* núm. 18/2016. Estudios y Consultas, pp.96 a 106.

JIMÉNEZ HORWITZ, M., «La situación jurídica de la plataforma Airbnb en el marco de la economía colaborativa». BIB 2019\1498, *Revista Aranzadi Doctrinal* num.3/2019.

«Las responsabilidades de las plataformas en línea en el ámbito del derecho de los contratos: desde la protección de los consumidores hasta la protección de los profesionales y empresarios», *Revista CESCO*, enero 2020.

MORAIS CARVALHO, J., «Las Directivas 2019/770 y 2019/771. Introducción y ámbito de aplicación», *La Notaría*, 2 de marzo de 2019, p.119.

«Contratos de compraventa de bienes (Directiva 2019/771) y suministro de contenidos o servicios digitales (Directiva 2019/770). Ámbito de aplicación y grado de armonización», *Cuadernos de Derecho Transnacional* (marzo 2020), Vol. 12, núm. 1. pp. 930-940.

PAZOS CASTRO, R., «Uber, Airbnb y la llamada “influencia decisiva” de las plataformas digitales», *Revista d, Internet, Dret i Política*, núm. 31, octubre 2020, pp.95-108.

SUÁREZ CORUJO, B., «La gran transición: la economía de plataformas digitales y su proyección en el ámbito laboral y de la seguridad social», *Revista Temas Laborales*, núm. 141/2018, pp.37-66.

TIROL, J., *La economía del bien común*, editor Debolsillo, septiembre 2018, colección Ensayo.

VILALTA NICUESA, A.E., «La regulación europea de las plataformas digitales en la era de la economía colaborativa. Un cambio de paradigma en el sistema de reparación europeo», *Revista Crítica de Derecho Inmobiliario*, núm. 765, enero 2018, pp. 265 a 320.

WINNER, M., «La regulación jurídica de los contratos celebrados a través de plataformas: el Derecho europeo» Blog *AlmacendeDerecho*, entrada publicada el 26 de febrero de 2020, <https://almacenederecho.org/la-regulacion-juridica-de-los-contratos-celebrados-a-traves-de-plataformas-el-derecho-europeo>.