

ÍNDICE

	<u>Pág.</u>
ABREVIATURAS	21
PRÓLOGO	29

PARTE I

DESAFÍOS DEL REGULADOR MERCANTIL EN MATERIA DE CONTRATACIÓN

DESAFÍOS DE LA CONTRATACIÓN DIGITAL CON CONSUMIDORES: EL DERECHO DE DESISTIMIENTO DEL CONTRATO. <i>CHALLENGES OF THE DIGITAL CONTRACTS WITH CONSUMERS: THE RIGHT OF WITHDRAWAL FROM THE CONTRACT</i>, por Luis María Miranda Serrano	35
I. PLANTEAMIENTO Y PROPÓSITO	36
II. ¿DÓNDE SE REGULA Y CUÁNDO SE APLICA EL DERECHO DE DESISTIMIENTO DEL CONSUMIDOR EN LA CONTRATACIÓN SOBRE CONTENIDOS DIGITALES? POSIBLES RETOS O DESAFÍOS DERIVADOS DE LA DIRECTIVA 2019/770	37
1. Regulación de esta materia en el TRDCU y necesidad de que el contrato sea celebrado a distancia o fuera de los establecimientos mercantiles de los empresarios	37
2. Ha de tratarse, además de un contrato sobre contenidos digitales: caracterización de estos contratos en la Directiva 2011/83 y en el TRDCU	39
3. El problema de los contratos sobre contenidos digitales (aparentemente) gratuitos: su admisión en la Directiva 2011/83 y en el TRDCU	42
4. Retos o desafíos para el legislador español en esta materia derivados de la Directiva 2019/770	44
III. ¿CUÁLES SON LAS ESPECIALIDADES MÁS SIGNIFICATIVAS DEL DERECHO DE DESISTIMIENTO DEL CONSUMIDOR EN LA CONTRATACIÓN SOBRE CONTENIDOS DIGITALES?	48
1. Presentación y razón de ser de las especialidades	48
2. Primera especialidad: <i>dies a quo</i> del cómputo del plazo para desistir	51

	Pág.
2.1. <i>Dies a quo</i> del cómputo del plazo para desistir en los contratos sobre contenidos digitales suministrados en soporte material.....	52
2.2. <i>Dies a quo</i> del cómputo del plazo para desistir en los contratos sobre contenidos digitales suministrados sin soporte material.....	53
2.3. Razón de ser de estas diferencias de régimen jurídico	53
3. Segunda especialidad: excepciones al derecho de desistimiento.....	54
3.1. Exclusión del desistimiento en los contratos sobre contenidos digitales suministrados en soporte material	54
3.2. Exclusión del desistimiento en los contratos sobre contenidos digitales suministrados sin soporte material	55
4. Tercera especialidad: costes derivados del desistimiento.....	59
4.1. Costes derivados del desistimiento en los contratos sobre contenidos digitales suministrados en soporte material	60
4.2. Costes derivados del desistimiento en los contratos sobre contenidos digitales suministrados sin soporte material	60
IV. CONCLUSIÓN	62
V. <i>POST SCRIPTUM</i>	63
VI. BIBLIOGRAFÍA.....	64

DESAFÍOS DE LA CONTRATACIÓN DIGITAL CON CONSUMIDORES: LA OBLIGACIÓN DE CONFORMIDAD CON EL CONTRATO. CHALLENGES OF THE DIGITAL CONTRACTS WITH CONSUMERS: THE OBLIGATION OF CONFORMITY WITH THE CONTRACT, por Javier Pagador López.....	67
I. INTRODUCCIÓN Y PLANTEAMIENTO	68
II. LA DIRECTIVA 2019/770: PROCESO DE GESTACIÓN Y CARACTERIZACIÓN PRELIMINAR	70
1. Génesis de la Directiva 2019/770	70
2. Caracterización preliminar de la Directiva 2019/770: una Directiva <i>de máximos</i> con matices, muy <i>práctica</i> , y <i>eterna</i> (o tecnológicamente neutra), al menos <i>de momento</i>	73
2.1. Una Directiva <i>de máximos</i> , con matices.....	74
2.2. Una Directiva muy <i>práctica</i>	75
2.3. Una Directiva <i>eterna</i> (o tecnológicamente neutra), al menos de momento.....	76
III. ÁMBITO DE APLICACIÓN.....	76
1. Contratos celebrados entre empresarios y consumidores o usuarios	77
2. Contratos de suministro de contenidos o servicios digitales	79
2.1. Suministro como noción flexible.....	80
2.2. Contenidos y servicios digitales	81
2.3. La cuestión del precio	84
2.4. Contenidos y servicios digitales excluidos	86
IV. CONTENIDO MATERIAL DE REGULACIÓN	87
1. El cumplimiento del contrato por parte del proveedor o suministrador de contenidos o servicios digitales.....	87
2. La conformidad de los contenidos o servicios digitales con el contrato	89
2.1. Introducción y planteamiento	89
2.2. Requisitos de conformidad subjetivos	91
2.3. Requisitos de conformidad objetivos	93

	Pág.
2.4. Momento en que debe producirse la conformidad o la falta de conformidad y plazos	95
2.5. La carga de la prueba de la conformidad o falta de conformidad.....	96
2.6. Remedios en caso de falta de conformidad	97
2.6.1. Introducción.....	97
2.6.2. La puesta en conformidad.....	98
2.6.3. La reducción o rebaja del precio.....	98
2.6.4. La resolución del contrato.....	99
2.6.5. Reembolsos con cargo al proveedor	101
2.6.6. El derecho de repetición del proveedor.....	101
3. La modificación del contrato	102
V. CONCLUSIONES.....	103
VI. BIBLIOGRAFÍA.....	103
DESAFÍOS DEL REGULADOR EN MATERIA DE CONTRATOS DE COLABORACIÓN MERCANTIL. <i>REGULATOR'S CHALLENGES IN COMMERCIAL COLLABORATION CONTRACTS</i>, por María Rocío Quintáns Eiras	107
I. INTRODUCCIÓN	107
II. SITUACIÓN LEGISLATIVA E INTENTOS DE REFORMA Y REGULACIÓN	110
III. OPORTUNIDAD DE LA REFORMA Y DE UNA NUEVA REGULACIÓN: ALGUNAS CONSIDERACIONES DE POLÍTICA LEGISLATIVA.....	115
IV. DELIMITACIÓN DE LOS CONTRATOS DE COLABORACIÓN COMO PUNTO DE PARTIDA PARA UNA FUTURA REGULACIÓN	121
1. Contratos de colaboración como categoría: la gestión de intereses ajenos.	121
2. Principales tipos de contratos de colaboración	123
2.1. Contratos de colaboración <i>stricto sensu</i>	123
2.2. Contratos de distribución: la actividad de «promoción»	123
V. BIBLIOGRAFÍA.....	130
DESAFÍOS DEL LEGISLADOR EN LA REFORMA DEL RÉGIMEN DEL CONTRATO DE SEGURO. <i>CHALLENGES FOR THE LEGISLATOR IN THE REFORM OF THE INSURANCE CONTRACT REGIME</i>, por María Jesús Peñas Moyano	135
I. INTRODUCCIÓN: NECESIDAD DE LA REFORMA	135
II. ASPECTOS FUNDAMENTALES A TENER EN CUENTA EN UNA HIPOTÉTICA REFORMA	138
III. MODIFICACIONES TRANSVERSALES DEL RÉGIMEN DEL CONTRATO DE SEGURO.....	140
1. El lenguaje del legislador	140
2. Concepto del contrato y clasificación de sus distintas modalidades o tipos	141
3. La digitalización del contrato y nuevos modelos de negocio.....	142
IV. ALGUNOS CAMBIOS QUE HAN DE REALIZARSE EN EL RÉGIMEN DEL CONTRATO DE SEGURO	145
1. Cláusulas contractuales; en particular, cláusulas limitativas de los derechos de los asegurados y delimitadoras del riesgo asegurado	145

	Pág.
2. Obligaciones de las partes: el deber de declaración previa del riesgo asegurado y el deber de comunicar la producción del siniestro. Actuación del asegurador.....	148
3. Intereses moratorios.....	149
4. Seguros de grupo	150
V. ALGUNAS CONCLUSIONES	151
VI. BIBLIOGRAFÍA.....	151
DESAFÍOS DE LA REGULACIÓN DEL CONTRATO DE TRANSPORTE: ROBÓTICA Y RESPONSABILIDAD. CHALLENGES OF THE REGULATION OF THE TRANSPORT CONTRACT: ROBOTICS AND RESPONSIBILITY, por José Manuel Martín Osante.....	155
I. ROBÓTICA Y TRANSPORTE.....	156
II. VIGENTE COEXISTENCIA DE REGÍMENES DE RESPONSABILIDAD EN EL MARCO DEL CONTRATO DE TRANSPORTE TERRESTRE DE MERCANCÍAS.....	157
1. Responsabilidad contractual del transportista terrestre de mercancías: características típicas	157
1.1. Limitación de la indemnización	158
1.2. Causas de exoneración	158
2. Responsabilidad civil por la utilización de robots.....	160
3. Puntos de fricción entre ambos regímenes	162
III. APUNTES SOBRE LA FUTURA REGULACIÓN DE LA RESPONSABILIDAD CIVIL POR LA UTILIZACIÓN DE ROBOTS	164
1. Introducción.....	164
2. Responsabilidad objetiva.....	165
2.1. La objetivación de la responsabilidad empresarial	165
2.2. <i>De lege ferenda</i> : responsabilidad objetiva por la actuación de los robots	166
3. <i>De lege ferenda</i> : ¿responsabilidad solidaria o mancomunada?.....	168
3.1. Aproximación.....	168
3.2. <i>De lege ferenda</i> : responsabilidad solidaria por la actuación de los robots.....	168
LA CONTRATACIÓN MERCANTIL: NUEVAS REALIDADES-RELACIONES COMERCIALES Y DE CONSUMO. COMMERCIAL CONTRACTING: NEW REALITIES-COMMERCIAL AND CONSUMER RELATIONSHIPS, por Félix Benito Osma	173
I. LAS NUEVAS REALIDADES Y PRINCIPIOS INFORMADORES DEL MERCADO.....	174
1. La digitalización del mercado y de los negocios.....	174
2. La transparencia en el mercado y en la contratación mercantil: hacia la unidad frente a la fragmentación	178
II. LAS NUEVAS RELACIONES COMERCIALES Y DE CONSUMO.....	183
1. La protección de los consumidores desde la UE (2020-2025).....	183
2. El Real Decreto-ley 1/2021, de 19 de enero, de protección de los consumidores y usuarios frente a situaciones de vulnerabilidad social y económica.....	184

	Pág.
2.1. Noción y factores de vulnerabilidad en las relaciones de consumo ...	184
2.2. Noción de personas consumidoras vulnerables (art. 3.2 TRLGDCU).	184
2.3. Los derechos básicos y la especial atención a las personas consumidoras vulnerables.....	185
I CONTRATTI DI LOCAZIONE BREVE IN ITALIA. SHORT-TERM RENTALS IN ITALY, por Annalisa Cocco.....	187
I. LA LOCAZIONE NELL'ATTUALE CONTESTO GIURIDICO E SOCIALE	187
II. QUADRO NORMATIVO DIFFERENZIATO E DISCIPLINA APPLICABILE AL CASO CONCRETO. LE LOCAZIONI ABITATIVE A CANONE «LIBERO» O «CONCORDATO»	189
III. <i>SEGUE</i> . LE LOCAZIONI DEI BENI IMMOBILI DEMANIALI E PATRIMONIALI DELLO STATO ITALIANO E LE LOCAZIONI DI NATURA TRANSITORIA	192
IV. LOCAZIONI BREVI: GLI ELEMENTI ESSENZIALI DELLA FATTISPECIE CONTRATTUALE	193
V. CONTROVERSA COMPATIBILITÀ FRA DISCIPLINA ITALIANA E DIRITTO EUROPEO.....	196
DROP SHIPPING: MODELO DE NEGOCIO EN AUGE EN LA ECONOMÍA DIGITAL. DROP SHIPPING: A BOOMING BUSINESS MODEL IN THE DIGITAL ECONOMY, por Jorge Feliú Rey y Teresa Rodríguez de las Heras Ballell.....	199
I. ¿QUÉ ES EL <i>DROP SHIPPING</i> ?	200
II. OPERATIVA Y ESTRUCTURA FUNCIONAL: ¿QUIÉN ES EL <i>DROP SHIPPER</i> ?	203
III. LAS OBLIGACIONES DEL <i>DROP SHIPPER</i>	204
IV. LAS OBLIGACIONES DEL INTERMEDIARIO	205
V. <i>DROP SHIPPING</i> Y CONTRATOS DE COLABORACIÓN: SU ENCAJE	206
VI. <i>DROP SHIPPING</i> Y TRANSMISIÓN DE LA PROPIEDAD	209
VII. BIBLIOGRAFÍA.....	210
LEY DE SERVICIOS DIGITALES: NUEVAS OBLIGACIONES EN TORNO A LA RESPONSABILIDAD DE LAS PLATAFORMAS ELECTRÓNICAS DE INTERMEDIACIÓN. DIGITAL SERVICES ACT: NEW OBLIGATIONS REGARDING THE LIABILITY OF ONLINE INTERMEDIATION PLATFORMS, por Ainhoa Fernández García de la Yedra	213
I. INTRODUCCIÓN	214
II. RÉGIMEN DE EXENCIÓN DE RESPONSABILIDAD DE LA DIRECTIVA 2000/31	216
1. Tipología de servicios y presupuestos de exención.....	216
2. ¿Encajan las plataformas en la función de mero almacenamiento de datos?.....	218
III. LA EXENCIÓN DE RESPONSABILIDAD SEGÚN LA PROPUESTA EN LA LEY DE SERVICIOS DIGITALES	219
1. Previo: definición de plataforma en línea.....	219
2. Novedades en los presupuestos de exención de responsabilidad	220
3. Breve referencia a las normas de diligencia debida y mecanismos de control: ¿normas accesorias en materia de responsabilidad?.....	221
IV. CONCLUSIONES	222
V. BIBLIOGRAFÍA.....	223

	Pág.
LA ELIMINACIÓN DEL PAPEL COMO DESAFÍO DEL REGULADOR PARA EL AUGE DE LAS INSURTECH DE DISTRIBUCIÓN MÁS ALLÁ DEL «REGULATORY SANDBOX». REMOVING PAPER AS A REGULATOR'S CHALLENGE FOR THE RISE OF DISTRIBUTION INSURTECH BEYOND THE «REGULATORY SANDBOX», por Marta García Mandaloniz.....	225
I. LA INNOVACIÓN EN LA CONTRATACIÓN DE LOS SEGUROS ANTE LA EXPANSIÓN DE LAS <i>INSURTECH</i>	226
II. LA INNOVACIÓN DE LA REGULACIÓN COMO DESAFÍO DEL REGULADOR: EL «REGULATORY SANDBOX»	227
III. LA CONVENIENCIA DE MÁS INNOVACIÓN EN LA REGULACIÓN MÁS ALLÁ DEL «REGULATORY SANDBOX»	229
IV. EL PAPEL COMO FRENO A LA OPERATIVA DIGITAL DE LAS <i>INSURTECH</i> DE DISTRIBUCIÓN	231
V. LA ELIMINACIÓN DEL PAPEL COMO DESAFÍO DEL REGULADOR PARA EL AUGE DE LAS <i>INSURTECH</i> DE DISTRIBUCIÓN	236
 LA ACCIÓN DIRECTA CONTRA LOS CLUBES DE P&I EN LA UNIÓN EUROPEA. DIRECT ACTION AGAINST P&I CLUBS IN THE EUROPEAN UNION, por Albano Gilabert Gascón	 239
I. INTRODUCCIÓN	240
II. LA ACCIÓN DIRECTA EN EL ÁMBITO DE LOS SEGUROS MARÍTIMOS DE RESPONSABILIDAD CIVIL	240
1. El reconocimiento de la acción directa en el ordenamiento español	240
2. La « <i>pay to be paid rule</i> » y su oponibilidad bajo el ordenamiento español...	241
2.1. Las excepciones oponibles bajo el régimen actual: ¿un paso atrás en el aseguramiento de la responsabilidad civil derivada de la navegación?	241
2.2. La reforma de la Ley de Navegación Marítima y sus efectos sobre la acción directa contra los Clubes de P&I	244
3. La acción directa en el Derecho interno de otros Estados miembros de la Unión Europea: el problema de la falta de uniformidad.....	245
III. LA JURISDICCIÓN COMPETENTE PARA CONOCER DE LAS ACCIONES DIRECTAS INTERPUESTAS EN EL ÁMBITO EUROPEO	247
1. La regulación jurídica y los foros aplicables a la acción directa	247
2. El fundamento y los límites de la regla del <i>forum actoris</i> : la protección de la parte débil y la previsibilidad.....	248
3. La aplicación del <i>forum actoris</i> en las acciones directas contra los Clubes de P&I.....	249
IV. CONCLUSIONES	250
 EL SEGURO DE RESPONSABILIDAD MEDIOAMBIENTAL: SU CARÁCTER OBLIGATORIO. ENVIRONMENTAL LIABILITY INSURANCE: ITS MANDATORY NATURE, por Marta González González	 253
I. INTRODUCCIÓN	254
II. CARACTERÍSTICAS DEL SEGURO DE RESPONSABILIDAD MEDIOAMBIENTAL OBLIGATORIO.....	255
III. CRÍTICAS Y DESVENTAJAS DEL SEGURO DE RESPONSABILIDAD MEDIOAMBIENTAL.....	257
IV. VENTAJAS DEL SEGURO DE RESPONSABILIDAD MEDIOAMBIENTAL.....	259

	Pág.
V. CONCLUSIONES	260
VI. BIBLIOGRAFÍA	260
LA REGULACIÓN DE LAS <i>TRANSPORT NETWORK COMPANIES</i> (TNC) EN ESTADOS UNIDOS. PROPUESTAS DE REFORMA EN ESPAÑA. <i>REGULATION OF THE TRANSPORT NETWORK COMPANIES IN UNITED STATES. PROPOSAL OF REFORM IN SPAIN</i>, por Anselmo Martínez Cañellas	263
I. INTRODUCCIÓN	263
II. LAS TNC COMO EMPRESAS DE TRANSPORTE REGULADAS A NIVEL ESTATAL, NO LOCAL NI FEDERAL	265
III. DIFERENCIAS REGULATORIAS ENTRE TAXI Y TNC EN ESTADOS UNIDOS	266
IV. LO QUE NO SE REGULA PARA TNC (NI PARA TAXI) EN ESTADOS UNIDOS	268
V. CONCLUSIÓN: ALGUNAS IDEAS DE LO QUE PODRÍA INCLUIRSE EN UNA REGULACIÓN ESPECÍFICA DE LAS TNC EN ESPAÑA.....	269
VI. BIBLIOGRAFÍA	270
LA SUPERACIÓN CONVENCIONAL DE LAS LIMITACIONES A LA RESPONSABILIDAD DEL TRANSPORTISTA EN LA LEY DEL CONTRATO DE TRANSPORTE TERRESTRE DE MERCANCÍAS. <i>AGREEMENTS ON THE OVERCOMING OF THE LIMITATIONS TO THE LIABILITY OF THE CARRIER IN THE CARRIAGE OF GOODS BY LAND ACT</i>, por Achim Puetz	273
I. INTRODUCCIÓN	274
II. LA SUPERACIÓN CONVENCIONAL DE LAS LIMITACIONES CUANTITATIVAS A LA RESPONSABILIDAD DEL TRANSPORTISTA	274
1. La declaración de valor	275
2. La declaración de interés especial en la entrega.....	278
3. El aumento «extracartular» del límite de responsabilidad	279
III. CONCLUSIONES	281
IV. BIBLIOGRAFÍA	281
<i>SCREEN SCRAPING</i>, EL NUEVO SERVICIO DE INFORMACIÓN SOBRE CUENTAS EN EL ORDENAMIENTO JURÍDICO ESPAÑOL. <i>SCREEN SCRAPING, THE NEW ACCOUNT INFORMATION SERVICE IN THE SPANISH LEGAL FRAMEWORK</i>, por Carmen de Vivero de Porras	283
I. INTRODUCCIÓN	284
II. REGULACIÓN EUROPEA DE LOS SERVICIOS DE PAGO: ESPECIAL REFERENCIA A LA DIRECTIVA (UE) 2015/2366, DEL PARLAMENTO EUROPEO.	285
1. El inicio del mercado único de pagos.....	285
2. Nuevo modelo regulatorio tras la aprobación de la Segunda Directiva de medios de pago	286
III. REAL DECRETO-LEY 19/2018, DE 23 DE NOVIEMBRE, DE SERVICIOS DE PAGO Y OTRAS MEDIDAS URGENTES EN MATERIA FINANCIERA.....	291
IV. BIBLIOGRAFÍA	293

PARTE II

**DESAFÍOS DEL REGULADOR MERCANTIL EN MATERIA
DE COMPETENCIA EMPRESARIAL**

PROBLEMAS CONCURRENCIALES EN LA CADENA ALIMENTARIA. CON- CURRENCY PROBLEMS IN THE FOOD CHAIN, por Jaume Martí Miravalls....	297
I. INTRODUCCIÓN	297
II. DERECHO DE LA COMPETENCIA Y CADENA ALIMENTARIA	299
III. APROXIMACIÓN Y CARACTERIZACIÓN DE LAS CLÁUSULAS DE REPAR- TO DE VALOR EN EL SECTOR AGROALIMENTARIO.....	302
IV. NOVEDADES EN SEDE REGULATORIA: LOS COSTES DE PRODUCCIÓN Y LA DESTRUCCIÓN DE VALOR EN LA CADENA	307
V. LA PROHIBICIÓN DE PRÁCTICAS COMERCIALES DESLEALES EN LA CADENA.....	310
VI. RECAPITULACIÓN.....	313
VII. BIBLIOGRAFÍA.....	314
«PREDICARE BENE E RAZZOLARE MALE»: LA CONCORRENZA SLEALE DEL- LE SOCIETÀ DICHIARATAMENTE <i>BENEFIT</i>, MA CHE NON PERSEGUO- NO UNA FINALITÀ DI BENEFICIO COMUNE. «TALK THE TALK, WALK THE WALK»: THE UNFAIR COMPETITION OF COMPANIES STATING A PURPOSE OF COMMON BENEFIT, THAT ACTUALLY DO NOT PURSUE IT, por Alessio Bartolacelli	317
I. RINGRAZIAMENTO	318
II. NOTE MINIME SUL SISTEMA ITALIANO DELLA CONCORRENZA SLEALE	318
III. SCOPO DI INTERESSE GENERALE E CONCORRENZA SLEALE.....	320
1. Le società cooperative	322
2. Le innovazioni del 2017: tra <i>no-profit</i> e <i>low-profit</i>	323
2.1. Gli Enti del Terzo Settore	324
2.2. L'impresa sociale.....	326
2.3. Le Società <i>benefit</i>	327
IV. LA CONCORRENZA SLEALE E LE SOCIETÀ <i>BENEFIT</i>	331
1. Il dovere di perseguimento di una finalidad di beneficio comune e il pro- blema della entidad de tale perseguimento	331
2. La Società <i>benefit</i> che non persegue finalidad de beneficio comune.....	332
2.1. Rimedi de derecho societario.....	332
2.2. Rimedi de derecho de la competencia	335
2.2.1. Un ruolo ulteriore per la AGCM? La definizione de di beneficio comune da perseguire	338
BIG DATA: ¿HACIA UN NUEVO INSTRUMENTO DE PODER DE MERCADO? BIG DATA: TOWARDS A NEW INSTRUMENT OF MARKET POWER?, por Carmen Herrero Suárez	341
I. LA ECONOMÍA DE LOS DATOS	342
1. Sobre la importancia y valor de los datos: ¿qué ha cambiado?	342
2. Concepto y características de la <i>big data</i>	344
3. Balance de efectos positivos y negativos asociados a la <i>big data</i>	345

	Pág.
II. EL <i>BIG DATA</i> DESDE EL DERECHO DE LA COMPETENCIA.....	346
1. Cambio de rumbo de las autoridades de competencia.....	346
2. <i>Big data</i> y poder de mercado.....	347
3. Aplicación de las normas <i>antitrust</i> : posibles riesgos para la competencia...	351
3.1. La adecuación de los instrumentos tradicionales	351
3.2. Prácticas colusorias.....	352
3.3. Control de las concentraciones entre empresas	353
3.4. Abuso de posición dominante.....	355
III. VALORACIÓN.....	357
 LAS PLATAFORMAS DE ECONOMÍA COLABORATIVA ANTE LA PROPUESTA DE LEY DE MERCADOS DIGITALES: ¿SON SUFICIENTEMENTE DISPUTABLES LOS MERCADOS COLABORATIVOS? <i>SHARING ECONOMY PLATFORMS FACING THE PROPOSAL FOR A DIGITAL MARKETS ACT: ARE SHARING MARKETS CONTESTABLE ENOUGH?</i>, por Eugenio Olmedo Peralta	359
I. UNA NUEVA APROXIMACIÓN A LA PROBLEMÁTICA DE LA ECONOMÍA COLABORATIVA ANTE LA EVOLUCIÓN DEL MERCADO Y DE LA REGULACIÓN.....	360
II. EL FENÓMENO DE LA PLATAFORMIZACIÓN Y EL AUGE DE LA LLAMADA ECONOMÍA COLABORATIVA.....	361
III. RETOS DEL MODELO PLATAFORMIZADO PARA EL MANTENIMIENTO DE MERCADOS COMPETITIVOS: LA INICIATIVA EUROPEA DE REGULACIÓN DE LOS MERCADOS DIGITALES	363
1. Prestación de servicios básicos de plataforma.....	368
2. Noción de guardián de acceso (<i>gatekeeper</i>)	370
IV. APLICABILIDAD DE LA LEY DE MERCADOS DIGITALES A LAS PLATAFORMAS DE ECONOMÍA COLABORATIVA.....	373
V. OBLIGACIONES Y PROHIBICIONES IMPUESTAS POR LA LEY DE MERCADOS DIGITALES	375
VI. CONCLUSIONES (PROVISIONALES).....	376
VII. BIBLIOGRAFÍA.....	378
 DESAFÍOS DEL DERECHO DE LA COMPETENCIA ANTE LA INNOVACIÓN TECNOLÓGICA. <i>COMPETITION LAW CHALLENGES IN THE FACE OF TECHNOLOGICAL INNOVATION</i>, por Fernando de la Vega García	381
I. INTRODUCCIÓN	382
II. PROTECCIÓN DE LA INNOVACIÓN TECNOLÓGICA Y DERECHO DE LA COMPETENCIA	383
1. Política de investigación y desarrollo tecnológico y competencia.....	383
2. El Derecho de la Competencia aplicado al mercado de la innovación tecnológica	385
3. La protección jurídica del mercado europeo de la innovación tecnológica desde instrumentos distintos al Derecho de la Competencia.....	386
III. INSUFICIENCIAS Y RETOS DEL DERECHO DE LA COMPETENCIA ANTE LOS DESAFÍOS DEL MERCADO DE LA INNOVACIÓN TECNOLÓGICA.....	388
1. El carácter global del mercado de la innovación tecnológica y sus efectos para la empresa europea y la competencia	388

	Pág.
2. Instrumentos de protección de la competencia a nivel internacional. Referencia general.....	390
3. Aplicación y retos del Derecho de la Competencia.....	391
3.1. Ámbitos de actuación respecto a la innovación tecnológica.....	391
3.2. La aplicación del Derecho de la Competencia como medida protectora del mercado interior frente a innovaciones tecnológicas.....	392
3.3. El control de las concentraciones económicas	394
3.4. El control de las ayudas públicas. Breve referencia	396
IV. CONCLUSIONES	398
V. BIBLIOGRAFÍA.....	398

LIBRE COMPETENCIA EMPRESARIAL Y UNIONES DE EMPRESARIOS: UNA REALIDAD COMPLEJA DE CONCILIAR EN EL ÁMBITO DE LA CONTRATACIÓN PÚBLICA. COMPETITION LAW AND TEMPORARY ASSOCIATIONS: A COMPLEX REALITY TO CONCILIATE IN THE FIELD OF PUBLIC PROCUREMENT, por Javier Guillén Caramés.....	401
I. INTRODUCCIÓN	402
II. UNIONES DE EMPRESARIOS Y DERECHO DE LA COMPETENCIA.....	403
1. Marco jurídico establecido por la LCSP ante posibles indicios colusorios por parte de una unión de empresarios en el marco de una licitación pública	403
2. Perspectiva formal. La indefinición del procedimiento a seguir ante la detección de indicios colusorios por parte de una unión de empresarios: incierto y problemático desarrollo reglamentario	407
2.1. Indicios colusorios: delimitación y alcance	407
2.2. Procedimiento sumarísimo.....	409
2.3. Indeterminación acerca de las consecuencias jurídicas de la intervención de las autoridades de competencia.....	411
3. Perspectiva material: elementos sustantivos que acreditan la posible conducta anticompetitiva de una unión de empresarios	412
3.1. La concurrencia en una unión de empresarios a una licitación pública no es una infracción <i>per se</i> del Derecho de la Competencia	413
3.2. Acerca de la constitución de una unión de empresarios con la finalidad de formar un cártel: la unión de empresarios como instrumento de formalización del cártel.....	415
3.3. Test legal desarrollado por las autoridades de competencia para verificar la posible vulneración del Derecho de la Competencia por parte de una unión de empresarios: acerca de la capacidad individual de los miembros de la unión para acudir a la licitación pública.	417
3.4. La aquiescencia de las autoridades de competencia con los procedimientos de contratación: la posible vulneración del principio de confianza legítima.....	419
3.5. Sobre la eficiencia económica de las uniones de empresarios	424

	Pág.
CONEXIONES AXIOLÓGICAS, FUNCIONALES Y NORMATIVAS ENTRE EL DERECHO DE CONTRATOS Y LA NORMATIVA REPRESORA DE LA COMPETENCIA DESLEAL EN LAS RELACIONES DE CONSUMO. AXIOLOGICAL, FUNCTIONAL AND NORMATIVE CONNECTIONS BETWEEN THE CONTRACT LAW AND THE UNFAIR COMPETITION LAW IN CONSUMER RELATIONS, por Antonio Casado Navarro	427
I. INTRODUCCIÓN	428
II. NUDO	429
1. Conexiones axiológicas.....	430
2. Conexiones funcionales.....	431
3. Conexiones normativas	432
4. Los nuevos materiales procedentes de la Unión Europea.....	437
III DESENLACE	438
IV. BIBLIOGRAFÍA.....	439
EL USO DE ALGORITMOS DE PERSONALIZACIÓN DE PRECIOS POR LAS PLATAFORMAS DIGITALES Y SU EVENTUAL CONSIDERACIÓN COMO CONDUCTA ABUSIVA DE UNA POSICIÓN DE DOMINIO CONTRARIA A LA LIBRE COMPETENCIA. THE USE OF PRICE PERSONALIZATION ALGORITHMS BY DIGITAL PLATFORMS AND THEIR EVENTUAL CONSIDERATION AS ABUSIVE CONDUCT OF A DOMINANT POSITION AGAINST FREE COMPETITION, por Roberto Couto Calviño	443
I. LAS PLATAFORMAS DIGITALES Y SU MODELO DE NEGOCIO.....	444
II. EL USO DE ALGORITMOS DE DISCRIMINACIÓN DE PRECIOS PERSONALIZADOS EN LA ECONOMÍA DIGITAL Y SUS RIESGOS	448
1. Consideraciones de índole económica	448
2. Especificidades para la estimación del abuso de posición de dominio en la economía digital	451
III. POSIBLES CONDUCTAS ABUSIVAS POR PRECIOS EXCESIVOS Y POR DISCRIMINACIÓN	453
IV. BIBLIOGRAFÍA.....	457
SEGUROS Y BIG DATA: REMEDIOS JURÍDICOS Y SOLUCIONES DIGITALES. INSURANCE AND BIG DATA: LEGAL & DIGITAL REMEDIES, por María Gómez Santos	459
I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	459
1. Poder de mercado y abuso	461
2. Mercados potencialmente amenazados.....	461
II. REMEDIOS JURÍDICOS Y SOLUCIONES DIGITALES	463
1. Nuevos deberes de información.....	463
2. La necesaria digitalización de la CNMC.....	466
III. CONCLUSIONES	467
IV. BIBLIOGRAFÍA.....	468

	Pág.
¿CABE HABLAR DE ABUSOS DE POSICIÓN DE DOMINIO (EX ART. 102 TFUE) DE MENOR IMPORTANCIA? ARE THERE ABUSES OF DOMINANT POSITION OF MINOR IMPORTANCE IN THE EUROPEAN UNION?, por Pedro Mario González Jiménez.....	471
I. INTRODUCCIÓN	472
II. EL CONCEPTO DE POSICIÓN DE DOMINIO Y LOS CRITERIOS QUE DETERMINAN QUÉ ES UNA CONDUCTA <i>DE MINIMIS</i>	472
III. EL ASUNTO <i>POST DANMARK II</i> Y SU MALENTENDIDO SIGNIFICADO.....	475
IV. LA SENTENCIA DEL ASUNTO <i>INTEL</i> Y EL RECHAZO A UNA CONCEPCIÓN ABSTRACTA DE LA CAPACIDAD PARA RESTRINGIR LA COMPETENCIA.....	479
V. CONCLUSIÓN.....	480
VI. BIBLIOGRAFÍA.....	481
LOS NUEVOS ILÍCITOS DE PRÁCTICAS COMERCIALES AGRESIVAS EN MATERIA DE PROTECCIÓN DE DATOS. THE NEW ILLEGAL AGGRESSIVE COMMERCIAL PRACTICES IN THE FIELD OF DATA PROTECTION, por Elisabet González Pons.....	483
I. CONSIDERACIONES INTRODUCTORIAS.....	484
II. DISTORSIÓN DEL COMPORTAMIENTO ECONÓMICO DEL DESTINATARIO EN MATERIA DE PROTECCIÓN DE DATOS	485
III. LOS NUEVOS SUPUESTOS DE PRÁCTICAS AGRESIVAS EN MATERIA DE PROTECCIÓN DE DATOS.....	487
1. Suplantar la identidad de la Agencia Española de Protección de Datos o de la autoridad autonómica competente en la materia y generar la apariencia de que se está actuando en nombre de estos organismos.....	488
2. Realizar prácticas comerciales en las que se coarte el poder de decisión de los destinatarios mediante la referencia a la posible imposición de sanciones por incumplimiento de la normativa de protección de datos personales.....	489
3. Crear la apariencia de cumplimiento de las disposiciones de protección de datos sin verificar dicho cumplimiento.....	490
4. Asumir las funciones del delegado de protección de datos.....	491
IV. CONSIDERACIONES FINALES	492
V. BIBLIOGRAFÍA.....	493
EQUIDAD Y TRANSPARENCIA EN LA CLASIFICACIÓN DE USUARIOS PROFESIONALES POR LAS PLATAFORMAS Y LOS MOTORES DE BÚSQUEDA. FAIRNESS AND TRANSPARENCY IN FAIRNESS AND TRANSPARENCY IN THE CLASSIFICATION OF PROFESSIONAL USERS BY THE PLATFORMS AND SEARCH ENGINES, por Patricia Márquez Lobillo.....	495
I. SOBRE LA FINALIDAD Y LA UTILIDAD DEL REGLAMENTO (UE) 2019/1150	496
II. ÁMBITOS DE APLICACIÓN DEL REGLAMENTO	498
1. El servicio de intermediación al que exige equidad y transparencia.....	498
2. Los usuarios profesionales y los usuarios de sitios web corporativos.....	500
III. LA TRANSPARENCIA EN LA CLASIFICACIÓN DE LOS USUARIOS PROFESIONALES Y DE LOS USUARIOS DE SITIOS WEB CORPORATIVOS.....	501
1. Consideraciones previas	501

	Pág.
2. Directrices de la Comisión Europea para la clasificación de usuarios profesionales y usuarios de sitios web corporativos	502
IV. BIBLIOGRAFÍA.....	505
 LA LETRA PEQUEÑA DE LA PUBLICIDAD ANTE EL DERECHO DE LA COMPETENCIA DESLEAL. <i>THE SMALL PRINT OF ADVERTISING TO THE UNFAIR COMPETITION LAW</i>, por Ana Miranda Anguita	
I. IMPORTANCIA PRÁCTICA DEL USO DE LA LETRA PEQUEÑA EN LA PUBLICIDAD	508
II. EXIGENCIA DE UN TAMAÑO MÍNIMO DE LA LETRA EN EL DERECHO ESPAÑOL.....	509
III. SOLUCIONES JURÍDICAS A LA PROBLEMÁTICA DEL USO DE LA LETRA PEQUEÑA EN LA PUBLICIDAD	511
1. La escasa utilidad de la Ley General de Publicidad en esta materia	511
2. La relevancia de la Ley de Competencia Desleal para solucionar esta problemática	512
2.1. La publicidad con letra pequeña y los actos de engaño.....	512
2.1.1. Los actos de engaño activos o por acción (art. 5 LCD).....	513
2.1.2. Los actos de engaño pasivos o por omisión (art. 5 LCD)	515
2.2. La publicidad con letra pequeña y los actos de violación de normas.	516
2.2.1. Los actos de violación de normas del art. 15.1 LCD	517
2.2.2. Los actos de violación de normas del art. 15.2 LCD	518
2.2.3. La aplicación del art. 15.2 CD a la infracción objeto de análisis	518
2.3. Remedios procesales	519
IV. CONCLUSIÓN	519
V. <i>POST SCRIPTUM</i>	520
V. BIBLIOGRAFÍA.....	520
 CLÁUSULAS DE PARIDAD EN LA COMERCIALIZACIÓN DE ESTANCIAS HOTELERAS, DE NUEVO A DEBATE. <i>PARITY CLAUSES ON ACCOMMODATION DISTRIBUTION, BACK TO THE DISCUSSION</i>, por M.^a Teresa Otero Cobos.....	
I. SOBRE DETERMINADAS PRÁCTICAS UTILIZADAS EN LA COMERCIALIZACIÓN DE ESTANCIAS HOTELERAS.....	523
II. LA COMERCIALIZACIÓN A TRAVÉS DE OTA.....	524
III. CLÁUSULAS DE PARIDAD, ¿PRÁCTICAS ANTICOMPETITIVAS?	527
1. Recientes pronunciamientos jurisprudenciales.....	527
2. Aplicación de la doctrina de las restricciones accesorias.....	530
IV. LA RESPUESTA DE LA COMISIÓN EUROPEA.....	532
V. BIBLIOGRAFÍA.....	534
 CONTRATO DE SEGURO, <i>BIG DATA</i> Y ACTOS DE DISCRIMINACIÓN DE PRECIOS. <i>INSURANCE CONTRACT, BIG DATA AND ACTS OF PRICE DISCRIMINATION</i>, por José Manuel Serrano Cañas	
I. INTRODUCCIÓN. EL EMPLEO DEL <i>BIG DATA</i> EN EL CONTRATO DE SEGURO	537

	Pág.
II. DETERMINACIÓN DE LA PRIMA	540
III. LA DISCRIMINACIÓN DE PRECIOS: <i>BIG DATA</i> Y LISTAS NEGRAS	542
IV. CONCLUSIONES	545
V. BIBLIOGRAFÍA	546
SIGNIFICACIÓN DE LA INCLUSIÓN DE LA GARANTÍA DE LOS DATOS PERSONALES ENTRE LAS PRÁCTICAS DESLEALES EN EL MERCADO. MEANING OF INCLUDING THE PROTECTION OF PERSONAL DATA AS AN UNFAIR PRACTICE IN THE MARKET, por Trinidad Vázquez Ruano	549
I. ANOTACIONES CON OCASIÓN DE LA ACTUAL REGULACIÓN DE PROTECCIÓN DE DATOS	550
1. Precedentes normativos en la materia.....	550
2. Orientaciones esenciales sobre el contenido del Reglamento (UE) 2016/679	552
II. PREVISIONES NORMATIVAS A NIVEL INTERNO. CONCORDANCIA ENTRE LA PROTECCIÓN DE DATOS Y LAS PRÁCTICAS DESLEALES	554
1. Cuestiones regulatorias relevantes	554
2. Observaciones acerca del reconocimiento normativo de las prácticas agresivas	557
III. ACTUACIONES SOBRE PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES Y SU CALIFICACIÓN COMO PRÁCTICAS DESLEALES POR AGRESIVAS	558
IV. BIBLIOGRAFÍA	560