

ÍNDICE

CAPÍTULO I	
UN NUEVO MODELO DE NEGOCIO: LAS PLATAFORMAS	7
1. Introducción.....	7
1.1. El marco normativo de la protección del consumidor	10
1.2. La figura del vendedor de bienes o proveedor de servicios: profesionales y plataformas	12
2. Las plataformas digitales, un nuevo modelo de negocio.....	14
2.1. La aparición de las plataformas electrónicas.....	14
2.1.1. Sus beneficios	14
2.1.2. Problemas que plantean las plataformas y acción legislativa emprendida.....	16
2.2. Concepto de plataformas.....	20
2.3. Rasgos característicos de las plataformas	21
2.4. Tipos de plataforma.....	23
2.4.1. Clases de plataformas por los sujetos (entre los que intermedian).....	23
1º. Plataformas que intermedian en la contratación entre Profesionales	23
2º. Plataformas que intermedian en la contratación entre un profesional y un consumidor	24
3º. Plataformas que intermedian en la contratación entre particulares.....	24
2.4.1.1. Diferenciación entre oferente profesional y particular	27
2.4.1.2. Evolución de las plataformas entre particulares hacia plataformas entre profesionales y consumidores	35
2.4.2. Clases de plataformas por el objeto.....	36
2.4.2.1. Plataformas transaccionales.....	37

1º Las plataformas que persiguen la intermediación en contratos relativos a la obtención de bienes..	37
2º Las que persiguen la intermediación en contratos relativos a la prestación de servicios.....	38
2.4.2.2. Plataformas no transaccionales	38
2.4.3. Tipos de plataforma por su actividad	39
2.5. Funciones de las plataformas.....	40
2.6. A modo de conclusión sobre el concepto de plataforma.....	41
3. Configuración jurídica de la plataforma como intermediaria.....	42
3.1. Funcionamiento del servicio prestado por la plataforma	43
3.2. La plataforma es un servicio de la sociedad de la información...	44
3.3. La plataforma ofrece un servicio de intermediación digital.....	47
3.4. La plataforma como tercero de confianza.....	48
4. Sujetos implicados	49

CAPÍTULO II

RELACIONES ENTRE LA PLATAFORMA Y EL VENDEDOR O SUMINISTRADOR DEL SERVICIO.....

1. El contrato de intermediación de servicio en línea	51
2. Naturaleza jurídica	52
2.1. Contrato de mediación o corretaje	53
2.2. Otras posibles configuraciones del contrato de servicios y su crítica	57
2.2.1. Contrato de franquicia.....	58
2.2.2. Contrato de agencia	63
2.2.3. Contrato de distribución	65
3. Caracteres del contrato	66
4. Contenido contractual.....	69
4.1. Aproximación genérica	69
4.2. Obligación principal	71
5. La nueva regulación europea: el Reglamento Europeo 2019/1150, de 20 de junio, de fomento de la equidad y la transparencia.....	74
5.1. Contrato celebrado mediante condiciones generales.....	75
5.1.1. Concepto de condiciones generales.....	76
5.1.2. Control de las condiciones generales	78
5.2. Obligaciones de la plataforma	82
5.2.1. Obligación de información.....	82
5.2.1.1. Información precontractual.....	83
1) Información sobre canales de distribución y programas asociados disponibles	83
2) Información sobre derechos de propiedad intelectual	84
3) Información sobre los parámetros utilizados en la clasificación de los usuarios	84

4) Información sobre bienes y servicios auxiliares .	87
5) Información relativa a la modificación y extinción del contrato de servicios entre plataforma y usuario profesional.....	89
6) Información relativa al acceso a datos	91
7) Información sobre el sistema de reclamaciones..	93
5.2.1.2. Información durante la ejecución del contrato	93
1) Información sobre las causas que generan la restricción, suspensión o extinción del servicio	93
2) Alteración del orden de la clasificación o expulsión de ésta.....	94
3) Información sobre la mediación (como ADR).....	94
5.2.2. Obligación de transparencia	94
5.2.2.1. Clasificación de profesionales	95
1) Breves notas sobre la clasificación de los usuarios profesionales.....	96
5.2.2.2. Tratamiento diferenciado	98
5.2.2.3. Transparencia del sistema interno de reclamaciones	99
5.2.2.4. Restricciones a la oferta en condiciones diferentes.	99
5.2.3. Obligaciones en relación con la resolución de futuros conflictos.....	100
5.2.3.1. Obligación de establecer un sistema interno reclamaciones.....	101
5.2.3.2. La mediación (como sistema de solución de conflictos).....	104
1) Naturaleza de la mediación	104
2) Los mediadores	105
3) Las partes	107
4) La Resolución alternativa de conflictos en la Propuesta de Reglamento LSD.....	109
5.3. Fomento de códigos de conducta.....	110
5.4. Sanciones	110
5.5. Derechos de la plataforma.....	110
5.5.1. Pago del servicio.....	110
5.5.2. Derecho de modificación de términos contractuales (ius novandi)	111
5.5.3. Derecho a ofrecer bienes y servicios auxiliares	114
5.5.4. Derecho a restricción de ofertas en condiciones diferentes	114
5.5.5. Derecho a suspender, restringir o resolver el contrato.....	115
5.5.5.1. Notificación: causas.....	115
5.5.5.2. Procedimiento	116
6. El comerciante de bienes a través de plataformas cuando es distribuidor de marca.....	118

6.1. El Caso Coty (STJUE 6 diciembre 2017).....	122
6.2. ¿Cabe extender la doctrina del Caso Coty a productos que no sean de lujo?	124
7. La responsabilidad de la plataforma en tanto que proveedor de servicios de la sociedad de la información. Regulación en la LSSI.....	126
8. Nuevas perspectivas de futura regulación europea: la Propuesta de Reglamento sobre Mercado único digital	134

CAPÍTULO III

RELACIONES ENTRE LA PLATAFORMA Y EL CONSUMIDOR.....

1. Acceso a los servicios de la plataforma: acceso, registro y perfil	140
2. El valor de la aceptación de las condiciones de uso del servicio: el contrato de acceso.....	141
3. Posición de las partes en el contrato	146
4. La presponsabilidad de las partes en la relación contractual.....	154

CAPÍTULO IV

RELACIONES ENTRE EL USUARIO OFERENTE Y EL USUARIO DESTINATARIO: EL CONTRATO DE CONSUMO.....

1. Contratos relativos a la adquisición de bienes.....	158
1.1. El vendedor de bienes a través de plataformas.....	158
1.2. El cumplimiento del contrato: obligaciones del vendedor	159
1.2.1. La entrega del bien.....	159
1.2.2. La conformidad del bien con el contrato.....	161
1.3. La nueva Directiva sobre determinados aspectos de la los contratos de compraventa de bienes de consumo (Directiva 2019/771, de 20 de mayo).....	167
1.3.1. El papel de la plataforma en la nueva Directiva: ¿posibles supuestos de responsabilidad?.....	173
1.4. Vendedor no profesional.....	178
2. Contratos relativos al uso temporal de bienes.....	179
3. Contratos relativos a servicios.....	183
3.1. El suministrador de servicios a través de plataformas.....	184

CAPÍTULO V

CONSTRUCCIÓN DE UN SISTEMA DE RESPONSABILIDAD DE LAS PLATAFORMAS COMO INTERMEDIARIAS EN LA CONTRATACIÓN DE BIENES Y SERVICIOS.....

1. La insuficiencia normativa	185
1.1. Insuficiencia de la normativa europea	185
1.2. Insuficiencia de la normativa de responsabilidad de la LSSI.....	190
2. Propuesta de construcción del sistema de responsabilidad de las plataformas como intermediarias en la contratación	191
3. Los daños	193

4. Punto de partida	194
5. Reglas generales: principios de la actuación de la plataforma que permiten su exención de responsabilidad	195
5.1. Neutralidad tecnológica.....	195
5.1.1. Control de la información transmitida o almacenada.....	197
5.1.1.1. La publicidad	198
A. Caso Google France y Google.....	200
B. Caso l'Oréal contra Ebay	205
5.1.1.2. La información a los consumidores.....	208
5.1.2. Conocimiento efectivo de la información.....	211
5.2. Ajenidad con respecto a las partes contratantes.....	220
5.2.1. La plataforma permanece ajena al contrato de consumo ...	221
5.2.2. Prestación de servicios auxiliares por la plataforma	221
5.2.3. Influencia dominante o control significativo sobre el oferente profesional	225
5.2.3.1. Criterios clave	227
A. Fijación del precio.....	229
B. Fijación de las condiciones del contrato	230
C. Propiedad de los medios activos.....	231
5.2.3.2. La aplicación de estos criterios en la jurisprudencia del TJUE	231
A. Caso Uber (Litigio entre Asociación Profesional Élite taxi, contra Uber Systems Spain, SL).....	232
B. Caso Airbnb (Ireland, Caso C 390/18), STJUE 19 diciembre 2019	237
C. Caso Star Taxi (C 62-19) STJUE 3 diciembre 2020	243
5.2.3.3. La aplicación de estos criterios en la jurisprudencia española	246
5.3. Criterios de diligencia que deben observar las plataformas	247
5.4. La Propuesta de Reglamento de Ley de Mercado Digital (LSD).	249
5.4.1. Regla general: exención de responsabilidad	249
5.4.2. Supuestos de responsabilidad de la plataforma.....	252
5.4.3. Obligación de información: la trazabilidad del usuario profesional	254
5.5. La STS (Sala 3ª) de 30 diciembre de 2020: la confusión y malinterpretación del régimen de responsabilidad.....	256
6. Niveles de responsabilidad	263
6.1. <i>Hosting</i> pasivo.....	263
6.2. <i>Hosting</i> activo.....	264
6.2.1. Responsabilidad por inadecuado manejo de la información recibida	265
6.2.2. Responsabilidad por contenidos ilícitos	266
6.3. Intermediación activa en el contrato posterior	267

6.3.1. Asunción de servicios auxiliares o complementarios.....	267
6.3.2. Control sobre el prestador de servicios o el suministrador del bien.....	267
6.4. Responsabilidad y derecho de repetición	268
7. Breve mención de la responsabilidad en algunos tipos de plataformas	270
7.1. Plataformas de venta de bienes.....	270
7.2. Plataformas de servicios	271
7.3. Plataformas no transaccionales.....	273
7.3.1. La publicidad en las plataformas no transaccionales.....	274
7.3.2. Información u opiniones personales alojadas en las redes.	275
BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA	
Documentos preparatorios:	290
Relación de sentencias citadas:	292