

LUIS MARÍA MIRANDA SERRANO
JAVIER PAGADOR LÓPEZ
(Dirs.)

CONTRATACIÓN MERCANTIL: DIGITALIZACIÓN Y PROTECCIÓN DEL CLIENTE/CONSUMIDOR

JOSÉ MANUEL SERRANO CAÑAS
ANTONIO CASADO NAVARRO
PEDRO MARIO GONZÁLEZ JIMÉNEZ
(Coords.)

Marcial Pons

MADRID | BARCELONA | BUENOS AIRES | SÃO PAULO

2023

ÍNDICE

	Pág.
ABREVIATURAS	29
PRÓLOGO	37
LA CONTRATACIÓN MERCANTIL COMO CUESTIÓN DE ACTUALIDAD, por Jesús Quijano González	41
I. INTRODUCCIÓN: LA DOBLE DIMENSIÓN DE LA CUESTIÓN	42
II. EL PROBLEMA DE LA CONFIGURACIÓN DEL DERECHO DE OBLIGACIONES Y CONTRATOS	45
III. CONTENIDO Y SISTEMA DE LA CONTRATACIÓN MERCANTIL	48
IV. UNA SIMPLE REFLEXIÓN FINAL	50

PARTE I CONTRATOS DE CONSUMO. EN ESPECIAL, SOBRE CONTENIDOS DIGITALES

CONTRATO SOBRE CONTENIDOS O SERVICIOS DIGITALES CON CONSUMIDORES A CAMBIO DE DATOS, por Nuria Fernández Pérez	55
I. CONSIDERACIONES INTRODUCTORIAS: RAZONES PARA REGULAR ESTOS CONTRATOS	56
II. NATURALEZA JURÍDICA	57
III. DUALIDAD DE RÉGIMENES JURÍDICOS APLICABLES: LA APLICACIÓN PREFERENTE DEL DERECHO DE PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES	61
1. La aplicación preferente del Reglamento General de protección de datos personales	61
2. Supuestos excluidos	62
2.1. Supuestos excluidos en la Directiva y en el TRLCU	62
2.2. Los datos no personales	63
IV. ALGUNAS CUESTIONES EN TORNO AL RÉGIMEN JURÍDICO DE LOS CONTRATOS A CAMBIO DE DATOS	65
1. Consentimiento e información precontractual	65
2. Extinción de la relación contractual	69

	Pág.
2.1. Desistimiento.....	69
2.2. Resolución del contrato.....	70
V. BIBLIOGRAFÍA.....	72
CONTENIDOS DIGITALES Y SU PUESTA A DISPOSICIÓN A TRAVÉS DE INTERNET A LA LUZ DE LAS ÚLTIMAS SENTENCIAS DEL TJUE. EL PAPEL FUNDAMENTAL DEL CONCEPTO DE AGOTAMIENTO DEL DERECHO, por Antonio F. Galacho Abolafio.....	75
I. INTRODUCCIÓN.....	76
II. LA DELIMITACIÓN DE LOS CONFINES DEL DERECHO DE COMUNICACIÓN PÚBLICA.....	78
1. Breve comentario a la evolución del concepto de comunicación pública antes de la específica problemática de internet.....	79
2. El siguiente paso: el público nuevo e internet.....	80
2.1. Caso <i>Svensson</i> como deudor del caso <i>San Rafael Hoteles</i>	80
2.2. El caso <i>Renckhoff</i> como deudor del caso <i>Svensson</i>	83
3. Nuevo criterio de apreciación de la comunicación pública y sus consecuencias.....	84
3.1. Volviendo a los enlaces con el nuevo criterio tras <i>Renckhoff</i>	85
3.2. Garantía del carácter preventivo de los derechos del titular.....	85
III. DE NUEVO EL AGOTAMIENTO DEL DERECHO COMO FUNDAMENTO DE LA COMUNICACIÓN PÚBLICA.....	86
1. El agotamiento como esencia del derecho de comunicación pública.....	86
2. Derecho de distribución y su agotamiento.....	86
IV. EL CONSUMIDOR Y EL (IMPOSIBLE) MERCADO DE SEGUNDA MANO DE CONTENIDOS DIGITALES.....	87
1. Los programas de ordenador y el resto de obras protegidas por derechos de autor.....	87
2. El consumidor frente al titular de derechos de autor.....	89
V. CONSIDERACIÓN FINAL: HACIA UN INDEFECTIBLE <i>TERTIUM GENUS</i>	90
VI. BIBLIOGRAFÍA.....	91
LOS CONTRATOS DE POOLS DE DATOS (DATA POOLS): APROXIMACIÓN A SU RÉGIMEN JURÍDICO Y FUNCIÓN ECONÓMICA, por Eugenio Olmedo Peralta.....	93
I. LOS DATOS COMO OBJETO DE NEGOCIOS JURÍDICOS.....	94
1. La incierta naturaleza jurídica de los datos: el origen del problema.....	97
2. Fallos de mercado que impiden el desarrollo de un mercado de datos.....	101
II. LA APUESTA POLÍTICA HACIA UN ESPACIO EUROPEO DE DATOS: MARCO NORMATIVO COMUNITARIO.....	102
III. LA CONTRATACIÓN SOBRE DATOS.....	105
1. La falta de un marco jurídico para los negocios de intercambio de datos.....	105
2. Formas de acceso a datos: transmitir vs. intercambiar.....	106
3. Transferencia vs. simple acceso.....	107
4. La intermediación de datos.....	108
5. El procesamiento de datos.....	109

	Pág.
6. Sistema de fuentes.....	110
IV. LA PROPUESTA DE REGULACIÓN DE LOS CONTRATOS SOBRE DATOS: LOS PRINCIPIOS ALI-ELI.....	110
V. RÉGIMEN JURÍDICO DE LOS CONTRATOS DE POOL DE DATOS O REPO- SITORIOS DE DATOS.....	111
1. Concepto y función económica.....	111
2. Contrato basado en la confianza entre las partes o no.....	112
3. <i>Pools</i> de datos públicos y privados.....	113
4. Formas de llevar a cabo el intercambio de datos.....	114
5. Posibilidad de crear un consorcio intermediado: la intervención de un tercero no asociado.....	115
6. Obligaciones de las partes en la aportación de datos.....	115
6.1. Deber de conformidad de los datos aportados.....	116
6.2. Obligación de aportar datos libres de derechos de terceros. Sanea- miento.....	116
6.3. Transmisión de riesgos.....	117
7. Obligaciones de las partes en el uso de los datos.....	117
7.1. Uso que se puede hacer de los datos.....	117
7.2. Titularidad de los nuevos derechos que se puedan generar de la combinación de los datos, en particular, los derechos de propiedad intelectual.....	118
8. Retribución.....	118
9. La salida del <i>pool</i> de datos.....	119
10. Control de equidad: prohibición de cláusulas abusivas.....	120
11. Breve apunte sobre la responsabilidad ante infracción de la normativa de protección de datos o derechos de propiedad intelectual e industrial	120
VI. BIBLIOGRAFÍA.....	121
ÁMBITO DE APLICACIÓN DEL NUEVO RÉGIMEN JURÍDICO DE LAS COM- PRAVENTAS DE CONSUMO, por Manuel Pino Abad.....	123
I. INTRODUCCIÓN.....	124
II. ÁMBITO DE APLICACIÓN DEL NUEVO RÉGIMEN JURÍDICO DE LAS COMPRAVENTAS DE CONSUMO.....	130
1. Ámbito subjetivo de aplicación.....	130
2. Ámbito objetivo de aplicación.....	137
III. BIBLIOGRAFÍA.....	142
NOTAS ACERCA DE LOS CONTRATOS DE SUMINISTRO DE CONTENIDOS Y SERVICIOS DIGITALES EN EL DERECHO DEL CONSUMO E IDEN- TIFICACIÓN DE ALGUNOS SUPUESTOS DE FALTA DE CONFORMIDAD RELATIVOS A LA CALIDAD, por Iñaki Zurutuza Arigita.....	143
I. LOS CONTRATOS DE SUMINISTRO DE CONTENIDOS Y SERVICIOS DI- GITALES EN EL DERECHO DEL CONSUMO.....	144
1. Consideración preliminar.....	144
2. Las Directivas 2019/770 y 2019/771 y su transposición al Derecho interno a través del Real Decreto-ley 7/2021.....	144
3. El suministro de contenidos y servicios digitales en el contexto del co- mercio electrónico.....	145

	Pág.
4. La tipificación y caracterización de los contratos de suministro de contenidos y servicios digitales.....	146
4.1. La definición en la Directiva 2019/770 y la referencia a la figura en el TRLGDCU.....	146
4.2. La identificación de los supuestos de contratos de suministro de contenidos y servicios digitales en base a dos criterios	146
II. LA CONFORMIDAD DE LOS BIENES Y DE LOS CONTENIDOS O SERVICIOS DIGITALES CON EL CONTRATO	151
1. El nuevo art. 115 TRLGDCU. Fundamento del criterio legal de conformidad.....	151
2. La falta de conformidad como presupuesto de la responsabilidad del empresario y del ejercicio de derechos por parte del consumidor o usuario...	152
2.1. La categoría de la «falta de conformidad».....	152
2.2. Supuestos en que cabe determinar la existencia de falta de conformidad en relación con los requisitos de conformidad. En particular, respecto al requisito de la calidad en los contenidos y servicios digitales creados por inteligencia artificial.....	152
III. BIBLIOGRAFÍA.....	155
 LA FALTA DE CONFORMIDAD COMO TIPO DE INCUMPLIMIENTO: MODERNIZACIÓN PARCIAL DEL DERECHO DE CONTRATOS, Y DISRUPCIONES CON EL RÉGIMEN TRADICIONAL DEL CÓDIGO CIVIL, por Ángel Juárez Torrejón	
	157
I. INTRODUCCIÓN. IDEAS PREVIAS.....	158
II. DESDE LA RESPONSABILIDAD CONTRACTUAL APOYADA EN LA CULPA, A LA RESPONSABILIDAD CONTRACTUAL OBJETIVA	159
1. Limitaciones metodológicas e ideológicas.....	159
1.1. Limitaciones metodológicas presentes en el Código Civil	159
1.2. Limitaciones ideológicas: el ideal liberal y la responsabilidad contractual por culpa.....	160
2. Intento de reconstrucción: hacia una responsabilidad contractual esencialmente objetiva.....	161
3. Aproximación de los sistemas de responsabilidad contractual entre las distintas tradiciones jurídicas europeas: de la progresiva objetivación de la responsabilidad contractual en el <i>Civil Law</i> , y de la relajación de la <i>strict liability</i> en el <i>Common Law</i>	164
III. EL DERECHO PRIVADO DE CONSUMO COMO UN SECTOR REGULATIVO CARENTE DE LAS LIMITACIONES METODOLÓGICAS E IDEOLÓGICAS DEL CÓDIGO CIVIL.....	165
IV. EL CASO CONCRETO DE LA RESPONSABILIDAD DEL VENDEDOR POR FALTAS DE CONFORMIDAD EN EL TRÁFICO CON CONSUMIDORES	166
1. Aspectos generales de la regulación.....	166
2. Aspectos concretos de la responsabilidad por faltas de conformidad, disruptivos con el régimen del Código Civil.....	167
2.1. Falta de conformidad y riesgos en la compraventa civil.....	168
2.2. Falta de conformidad y error vicio del consentimiento.....	170
2.3. Falta de conformidad y responsabilidad indemnizatoria	172

	Pág.
EL ARRENDAMIENTO DE BIENES CON ELEMENTOS DIGITALES: EN BUSCA DE UNA APLICACIÓN DEL DERECHO INTERNO CONFORME AL EUROPEO , por <i>Lidia Arnau Raventós</i>	175
I. LA OPORTUNIDAD DE LA CUESTIÓN Y LA DEFINICIÓN PREVIA. LOS BIENES CON ELEMENTOS DIGITALES EN EL ART. 3.3 DE LA DIRECTIVA (UE) 2019/771	176
II. LA CONFORMIDAD DEL BIEN CON ELEMENTOS DIGITALES AL CONTRATO DE ARRENDAMIENTO: ¿UNA EXIGENCIA EUROPEA?	178
1. Un concepto general de «bien con elementos digitales». El contrato de arrendamiento de bienes como contrato de servicios.....	179
2. El arrendamiento de bienes con elementos digitales, la Dir. 2019/770 y el suministro continuado	181
III. LOS BIENES CON ELEMENTOS DIGITALES Y SU CONTRATACIÓN EN EL TEXTO REFUNDIDO DE LA LEY GENERAL PARA LA DEFENSA DE CONSUMIDORES Y USUARIOS.....	185
1. Los bienes con elementos digitales en el Libro II TRDCU	185
2. ¿Responsabilidad por <i>falta de conformidad</i> del componente digital y por <i>vicios ocultos</i> del componente material? El debate está servido.....	188
IV. BIBLIOGRAFÍA.....	190
 LA VENTA DE BIENES CON CONTENIDO DIGITAL Y LOS REMEDIOS AL ALCANCE DEL CONSUMIDOR , por <i>Andrea Meijomil González</i>	 191
I. INTRODUCCIÓN	191
II. LOS BIENES Y SERVICIOS CON CONTENIDO DIGITAL.....	192
1. Preliminar	192
2. La nueva regulación en el Derecho europeo.....	192
3. La regulación en España y la especial referencia a la conformidad.....	195
III. LOS BIENES Y SERVICIOS CON CONTENIDO DIGITAL Y LOS REMEDIOS AL ALCANCE DEL CONSUMIDOR	196
1. Los bienes con elementos digitales	196
2. Los remedios al alcance del consumidor en las transacciones de bienes con contenido digital.....	197
IV. CONCLUSIÓN	200
V. BIBLIOGRAFÍA.....	200

PARTE II
DISPOSICIONES GENERALES EN MATERIA
DE CONTRATOS MERCANTILES

CONTRATOS DE CONSUMO, RESEÑAS ONLINE DE BIENES Y SERVICIOS Y LIBERTAD DE EXPRESIÓN: A PROPÓSITO DE LAS CLÁUSULAS MORDAZA O ANTIRRESEÑAS , por <i>Luis María Miranda Serrano</i>	203
I. PLANTEAMIENTO Y PROPÓSITO	204
II. LAS CLÁUSULAS MORDAZA O ANTIRRESEÑAS: SURGIMIENTO, REACCIÓN LEGISLATIVA FRENTE A ELLAS Y CONFLICTO ENTRE LIBERTAD DE EXPRESIÓN Y DERECHO AL HONOR.....	206
III. ANÁLISIS DE LAS CLÁUSULAS MORDAZA O ANTIRRESEÑAS A TRAVÉS DEL DERECHO DE OBLIGACIONES Y CONTRATOS.....	215

	Pág.
IV. ANÁLISIS DE LAS CLÁUSULAS MORDAZA O ANTIRRESEÑAS MEDIANTE EL DERECHO DE LA COMPETENCIA DESLEAL.....	222
V. A MODO DE CONCLUSIÓN	231
VI. BIBLIOGRAFÍA.....	232
INFORMACIÓN, CONSENTIMIENTO Y PATRONES OSCUROS EN LA CONTRATACIÓN ELECTRÓNICA, por M.^a Natalia Mato Pacín.....	235
I. INTRODUCCIÓN	236
II. CONSENTIMIENTO CONTRACTUAL EN CONTRATOS CON TRATAMIENTO DE DATOS PERSONALES COMO CONTRAPRESTACIÓN.....	237
III. <i>DARK PATTERNS</i> : UNA APROXIMACIÓN	239
1. Concepto y aplicaciones.....	239
2. Límites legales	241
IV. BIBLIOGRAFÍA.....	247
MEDIDAS CORRECTORAS INDIVIDUALES Y PRÁCTICAS DESLEALES CONTRA LOS CONSUMIDORES: PROBLEMAS NO RESUELTOS EN DERECHO ESPAÑOL, por Antonio Casado Navarro	249
I. PLANTEAMIENTO	250
II. LAS MEDIDAS CORRECTORAS INDIVIDUALES FRENTE A LAS PRÁCTICAS DESLEALES CONTRA LOS CONSUMIDORES EN LA DIRECTIVA 2005/29/CE SOBRE PRÁCTICAS COMERCIALES DESLEALES	253
1. El marco de medidas correctoras individuales frente a las prácticas desleales establecido en la DPCD.....	253
2. El régimen de remedios frente a las prácticas comerciales desleales establecido en el Derecho español	253
3. Las distintas soluciones adoptadas en el Derecho comparado	254
III. EL RÉGIMEN DE MEDIDAS CORRECTORAS INDIVIDUALES ESTABLECIDO EN LA DIRECTIVA (UE) 2019/2161.....	256
IV. LA INCORPORACIÓN DEL ART. 11 BIS DPCD EN EL DERECHO COMPARADO. EN ESPECIAL, EL CASO PORTUGUÉS	258
V. EL TITUBEANTE PROCESO DE INCORPORACIÓN DEL ART. 11 BIS DPCD AL ORDENAMIENTO ESPAÑOL	260
VI. LOS PROBLEMAS QUE SUSCITA LA INCORPORACIÓN DEL NUEVO ART. 11 BIS DPCD AL DERECHO NACIONAL.....	261
VII. CONSIDERACIONES FINALES	264
VIII. BIBLIOGRAFÍA.....	265
NOVEDADES DE LAS PRÁCTICAS COMERCIALES DESLEALES Y LA PROTECCIÓN DE LOS CONSUMIDORES EN EL ÁMBITO DIGITAL, por José Manuel Martín Fuster	267
I. INTRODUCCIÓN	268
II. NUEVAS PRÁCTICAS COMERCIALES ENCUBIERTAS	268
III. EL USO DE LAS RESEÑAS EN INTERNET.....	272
IV. NUEVAS OBLIGACIONES EN EL MERCADO ONLINE	274
V. LA NUEVA REGULACIÓN PARA LOS PRESTADORES DE SERVICIOS DE INTERMEDIACIÓN.....	277
VI. BIBLIOGRAFÍA.....	280

	Pág.
LA DETERMINACIÓN DEL PRECIO EN LOS CONTRATOS E INSTRUMENTOS FLEXIBLES PARA SU DEFINICIÓN, por María Pastrana Espárraga	283
I. INTRODUCCIÓN	284
II. LA FIJACIÓN DEL PRECIO EN EL CONTRATO.....	284
1. Nuevos instrumentos para su determinación.....	284
2. La aplicación de precios personalizados en la contratación <i>online</i> con consumidores.....	285
3. Supuestos de discriminación del consumidor.....	287
3.1. Discriminación de primer grado.....	288
3.2. Discriminación de segundo grado	288
3.3. Discriminación de tercer grado	288
3.4. Otras formas de discriminación.....	289
III. EL CARÁCTER DESLEAL DE LA CONDUCTA.....	290
IV. CONCLUSIONES	294
V. BIBLIOGRAFÍA.....	295
LA LEY DE COMPETENCIA DESLEAL COMO INSTRUMENTO DE PROTECCIÓN DE LA LIBRE DECISIÓN NEGOCIAL DE LOS CONSUMIDORES, por María Dolores Ramírez Benavente.....	297
I. INTRODUCCIÓN	298
II. EVOLUCIÓN HISTÓRICA DE LA COMPETENCIA DESLEAL EN ESPAÑA...	298
III. LA PROTECCIÓN DE LOS CONSUMIDORES COMO FINALIDAD PROPIA DE LA LCD	303
IV. UN CONCEPTO SOCIAL DE MERCADO. ÁMBITO OBJETIVO Y SUBJETIVO DE LA LCD Y PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR	308
1. Ámbito objetivo de la LCD y protección de los consumidores.....	308
2. Ámbito subjetivo de la LCD y la figura del consumidor	312
V. EVOLUCIÓN DE LA CLÁUSULA GENERAL DE DESLEALTAD Y PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR	315
VI. UNA CLÁUSULA GENERAL CONSUMERISTA. LA BUENA FE EN LAS RELACIONES DE CONSUMO	319
1. El concepto jurídico de empresario o profesional	321
2. Sentido y alcance de la diligencia profesional referida en el art. 4.1 segundo inciso de la LCD	322
3. Sentido y alcance de la expresión «distorsión del comportamiento económico»	324
4. El concepto legal de consumidor	326
VII. PRÁCTICAS COMERCIALES DESLEALES E INCIDENCIA DEL MERCADO DIGITAL.....	327
1. Prácticas comerciales engañosas.....	328
2. Prácticas comerciales agresivas.....	333
VIII. BIBLIOGRAFÍA.....	335
LA DIGITALIZACIÓN DE LAS RELACIONES CONTRACTUALES COMO EXCUSA PERFECTA PARA INCORPORAR EL CONTROL DE CONTENIDO A LAS CLÁUSULAS NO NEGOCIADAS ENTRE EMPRESARIOS, por Ignacio López-Hermoso Lázaro	339
I. IDEA PRINCIPAL.....	340

	Pág.
II. LA DIGITALIZACIÓN HA TENIDO UN IMPACTO MUY SIGNIFICATIVO EN LA NEGOCIACIÓN Y PRESTACIÓN DEL CONSENTIMIENTO CONTRACTUAL	340
1. La digitalización aleja a las partes de la mesa de negociación	340
2. El papel de la buena fe y la equidad a la hora de interpretar las normas jurídicas.....	342
III. LA NORMATIVA APLICABLE PREVÉ DE FORMA DEFICIENTE LA POSIBILIDAD DE APLICAR EL CONTROL DE CONTENIDO EN CONTRATOS B2B. DIRECCIÓN A SEGUIR	342
1. La Directiva 2011/83/UE convirtió la posibilidad de extender este régimen a pequeñas y medianas empresas en una opción de política legislativa	342
2. Los Principios de Derecho Europeo de los Contratos muestran el camino a seguir	343
3. Los intentos civiles de modernización del Derecho de obligaciones y contratos apuntaban en el buen camino.....	343
4. La práctica mercantil y la reforma de su normativa no debería permanecer inerte ante esta realidad.....	344
5. Siempre nos quedará nuestro Código Civil	344
IV. LA PRÁCTICA ACTUAL PIDE A GRITOS SOLUCIONES UNIFICADORAS DEL FENÓMENO	344
V. CATÁLOGO DE SOLUCIONES.....	345
1. Redacción de la cláusula o del clausulado del contrato	346
2. Negociación.....	347
3. Cumplimiento de la cláusula	347
4. Efectos de la eliminación de la cláusula abusiva en los contratos B2B	348
5. Consecuencias para el incumplidor	348
VI. ALGUNAS RECOMENDACIONES PRÁCTICAS A LA HORA DE REVISAR ESTE TIPO DE CONTRATOS B2B.....	349
VII. CONCLUSIONES	350
LOS NFTS EN LA CONTRATACIÓN ELECTRÓNICA: MEDIO Y OBJETO, por Antonio Alonso-Bartol Bustos.....	351
I. INTRODUCCIÓN	351
II. CONCEPTUALIZACIÓN DE LOS <i>NON FUNGIBLE TOKENS</i>	353
III. LOS NFTS COMO TÍTULOS REPRESENTATIVOS DE SITUACIONES PATRIMONIALES	355
1. Necesidad de un título valor para situaciones patrimoniales	355
2. Proceso de acuñamiento y abstracción.....	359
IV. Oponibilidad frente a terceros.....	361
1. La seguridad y fiabilidad de la información.....	362
2. Oponibilidad efectiva de los NFTs.....	363
V. CONCLUSIONES	365
VI. BIBLIOGRAFÍA	365
SMART CONTRACTS. VENTAJAS Y RIESGOS EN LAS RELACIONES DE CONSUMO, por Laura Martina Jeifetz	367
I. INTRODUCCIÓN	368
II. <i>SMART CONTRACTS</i> : DEBATE	368

	Pág.
III. VENTAJAS DE LOS CONTRATOS INTELIGENTES	370
IV. LAS RELACIONES DE CONSUMO.....	371
V. INCIDENCIA DE LOS <i>SMART CONTRACTS</i> EN LAS RELACIONES DE CONSUMO.....	372
VI. ALGUNOS EJEMPLOS DE APLICACIÓN	375
VII. CONCLUSIÓN.....	376
LA INTEGRACIÓN PUBLICITARIA DEL CONTRATO COMO INSTRUMENTO DE PROTECCIÓN DE CONSUMIDORES (CONTRATOS B2C) Y EMPRESARIOS (CONTRATOS B2B), por Ana Miranda Anguita	377
I. PLANTEAMIENTO Y PROPÓSITO	378
II. ORIGEN JUDICIAL Y FORMULACIÓN LEGAL DE LA INTEGRACIÓN PUBLICITARIA DEL CONTRATO.....	381
1. El origen judicial: las SSTs de 22 de enero de 1977 y de 5 de enero de 1980	381
2. La formulación legal: los arts. 61 y 115 ter <i>d</i>) TRLGDCU.....	381
3. Otras formulaciones legales de carácter sectorial.....	384
III. SIGNIFICADO, ALCANCE Y FUNDAMENTO DE LA INTEGRACIÓN PUBLICITARIA DEL CONTRATO	386
1. Consideraciones preliminares.....	386
2. Contrato concluido a través de la técnica de las condiciones generales y los clausulados predispuestos.....	387
3. Contrato concluido a través un proceso de negociación individual	389
4. Fundamento de la integración publicitaria del contrato.....	391
IV. ARGUMENTOS FAVORABLES PARA RECONOCER A EMPRESARIOS Y PROFESIONALES LA FACULTAD DE INTEGRAR EL CONTRATO CON EL CONTENIDO DE LA PUBLICIDAD.....	392
1. Consideraciones preliminares.....	392
2. Argumentos jurisprudenciales	393
3. Argumentos legislativos.....	396
4. La principal conclusión extraíble de esta doble argumentación.....	399
V. MEDIDAS A EJERCITAR POR EL PERJUDICADO (CONSUMIDOR O EMPRESARIO) PARA RESTAURAR LA CORRESPONDENCIA ENTRE EL CONTRATO Y LA PUBLICIDAD	400
VI. CONCLUSIONES	401
VII. BIBLIOGRAFÍA.....	403

PARTE III
CONTRATOS A TRAVÉS DE PLATAFORMAS DIGITALES

RESPONSABILIDAD DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES DE COMPRAVENTA DE BIENES Y SERVICIOS POR INFRACCIONES CONTRA DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES, por Fernando Carbajo Cascón.....	409
I. INTRODUCCIÓN: LAS PLATAFORMAS DIGITALES DE COMPRAVENTA DE BIENES Y SERVICIOS EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO GLOBAL ...	410
II. RÉGIMEN GENERAL DE RESPONSABILIDAD DE LOS SERVICIOS DE PLATAFORMA EN LÍNEA.....	415
1. Los precedentes: el régimen de puerto seguro establecido en la Directiva 2000/31/CE, de comercio electrónico	415

	Pág.
2. La interpretación del Tribunal de Justicia de la UE sobre el alcance de las reglas de puerto seguro	416
3. Las reglas de exención de responsabilidad de intermediarios de alojamiento de datos en el Reglamento (UE) de Servicios Digitales	421
4. Obligaciones de diligencia debida de los prestadores de servicios de alojamiento de datos, en particular plataformas en línea de comercio electrónico.	422
III. RESPONSABILIDAD DE LAS PLATAFORMAS DE COMERCIO ELECTRÓNICO POR INFRACCIONES CONTRA DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS	425
1. Obligaciones de información precontractual	425
2. La responsabilidad del servicio de plataforma de comercio electrónico que actúa como oferente y vendedor de productos y servicios.....	426
3. La responsabilidad del servicio de plataforma de comercio electrónico por las infracciones contra los derechos de consumidores y usuarios cometidas por los usuarios profesionales de su servicio de intermediación	427
3.1. Las condiciones de imputación de responsabilidad a la plataforma en línea por las infracciones en materia de consumo cometidas por los vendedores usuarios de su servicio en línea.....	428
3.2. Naturaleza de la responsabilidad (directa o indirecta)	432
3.3. Responsabilidad y obligaciones de diligencia debida	434
IV. BIBLIOGRAFÍA.....	435
LA PROTECCIÓN DE LOS USUARIOS FINALES EN EL REGLAMENTO DE MERCADOS DIGITALES (RMD), por Juan Ignacio Ruiz Peris.....	437
I. CONSIDERACIONES GENERALES	437
II. CONCEPTOS	438
1. Guardián de acceso	438
2. Servicio digital principal de plataforma	440
3. Usuarios profesionales y finales.....	441
III. EL RMD Y LOS USUARIOS FINALES	441
IV. OBLIGACIONES IMPUESTAS A LOS GUARDIANES DE ACCESO EN BENEFICIO DE LOS USUARIOS FINALES.....	442
1. Obligaciones positivas.....	442
2. Obligaciones negativas	443
V. DISPUTABILIDAD DEL MERCADO Y PROTECCIÓN DE LOS USUARIOS FINALES.....	445
VI. CONSIDERACIONES FINALES	446
LA IDENTIFICACIÓN DEL CARÁCTER DE COMERCIANTE DEL ANFITRIÓN EN LAS PLATAFORMAS DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO, por Juan Flaquer Riutort.....	449
I. INTRODUCCIÓN	450
II. LA IDENTIFICACIÓN DEL CARÁCTER DE COMERCIANTE EN EL NUEVO ART. 97 BIS Y LAS CONSECUENCIAS DE SU INCUMPLIMIENTO.....	452
III. LA INAPLICABILIDAD DE LA NORMATIVA DE PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR CUANDO EL ANFITRIÓN NO ES COMERCIANTE.....	454
IV. EL EJEMPLO DE AIRBNB	455
V. PERSPECTIVAS DE FUTURO	457
VI. BIBLIOGRAFÍA.....	458

	Pág.
EL METAVERSO A LA LUZ DE LA CONVENCIÓN DE VIENA DE 1980 SOBRE LOS CONTRATOS DE COMPRAVENTA INTERNACIONAL DE MERCADERÍAS , por <i>Mónica Lastiri Santiago y Pilar Perales Viscasillas</i>	459
I. LA REVOLUCIÓN VIRTUAL.....	460
II. PRIMERA MANIFESTACIÓN DE UN MUNDO VIRTUAL EN EL DERECHO: <i>SECOND LIFE</i>	461
III. LA WEB 3.0	461
IV. CONCEPTUALIZANDO AL METAVERSO. LA FORMACIÓN Y PERFECIÓN DE CONTRATOS EN EL METAVERSO.....	463
1. El metaverso centralizado. La compraventa de datos	464
2. El metaverso descentralizado	467
V. LOS PRODUCTOS VIRTUALES DEL METAVERSO	468
1. Los productos virtuales	468
2. Los NFTs.....	469
VI. LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS VIRTUALES.....	472
VII. CONCLUSIONES	474
LA TUTELA DEL CLIENTE EN LA CONTRATACIÓN DIGITALIZADA. ESPECIAL ATENCIÓN A LAS PLATAFORMAS DE INTERMEDIACIÓN EN LÍNEA , por <i>Inmaculada González Cabrera</i>	477
I. INTRODUCCIÓN	478
II. BREVE EXÉGESIS DE LA FIGURA DEL CONSUMIDOR.....	479
III. PERFIL DEL USUARIO PROFESIONAL.....	480
IV. EL CLIENTE <i>VERSUS</i> PAR	481
V. MEDIDAS MÍNIMAS DE EQUIDAD EN LA CONTRATACIÓN	484
VI. CAMINANDO HACIA LA PROTECCIÓN DEL CONTRATANTE MÁS DÉBIL.	489
VII. LA INCLUSIÓN DE LAS RELACIONES ENTRE IGUALES	491
VIII. CONCLUSIONES	493
IX. BIBLIOGRAFÍA	494
X. RECURSOS COMPLEMENTARIOS.....	496
LAS PLATAFORMAS DE COMERCIALIZACIÓN DE CONTENIDOS O SERVICIOS DIGITALES Y SUS USUARIOS PROFESIONALES (ACLARANDO CONCEPTOS) , por <i>Patricia Márquez Lobillo</i>	497
I. PARTIENDO DE LA BASE: PRESTADORES DE SERVICIOS DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN Y/O PRESTADORES DE SERVICIOS DE INTERMEDIACIÓN	498
II. LOS SUJETOS DE LA COMERCIALIZACIÓN DE CONTENIDOS O SERVICIOS DIGITALES.....	504
1. La plataforma de comercialización de contenidos digitales y su relación jurídica con el destinatario de sus servicios	504
2. El prestador-comercializador de contenidos o servicios digitales	510
III. BIBLIOGRAFÍA.....	513
PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR Y ECONOMÍA DE LAS PLATAFORMAS: UN DESAFÍO EN UNA NUEVA REALIDAD , por <i>Aránzazu Pérez Moriones</i>	517
I. INTRODUCCIÓN	518

	Pág.
II. LA CLARIFICACIÓN DE LA POSICIÓN DE LA CONTRAPARTE CONTRACTUAL DEL CONSUMIDOR: DE NUEVO, EL SUMINISTRO DE INFORMACIÓN	520
1. Planteamiento	520
2. Los requisitos de información específicos adicionales para contratos celebrados en mercados en línea	521
3. La trazabilidad de los comerciantes.....	524
III. LA OMISIÓN DE LAS INFORMACIONES RELATIVAS A LA CONTRAPARTE CONTRACTUAL DEL CONSUMIDOR	526
1. Su calificación como omisión engañosa	526
2. La aplicación de la doctrina <i>Wathelet</i>	528
3. Hacia la eventual responsabilidad de la plataforma: el art. 6 del Reglamento de Servicios Digitales.....	529
IV. A MODO DE CONCLUSIÓN	532
V. BIBLIOGRAFÍA.....	533
ACTIVOS DIGITALES EN <i>NON-FUNGIBLE TOKENS</i> (NFT): RIESGOS JURÍDICOS, PLATAFORMAS MERCADO E (IN)APLICACIÓN DEL DERECHO DE CONSUMO, por Francisca M. Rosselló-Rubert.....	535
I. ¿QUÉ ES UN NFT? ASPECTOS TÉCNICOS BÁSICOS, UTILIDADES Y PROPUESTA DE DEFINICIÓN	536
II. ALGUNOS RIESGOS TÉCNICOS Y JURÍDICOS DE LA ADQUISICIÓN DE NFT.....	539
1. La falta de homogeneidad en los derechos transmitidos por NFT	539
2. La posible desvinculación del NFT de su documentación contractual	540
3. Riesgos derivados de la pervivencia y mutabilidad del activo digital.....	540
4. Posibilidades del «minteado» <i>vs.</i> límites al uso y disfrute del activo.....	541
5. NFT y contenidos lesivos. Conocimiento efectivo por las plataformas de mercado y retirada de acceso	541
III. NFT, PLATAFORMAS MERCADO E (IN)APLICACIÓN DEL DERECHO DE CONSUMO.....	543
1. NFT como bien de consumo y objeto de compraventa.....	543
2. Relaciones <i>B2B</i> , <i>B2C</i> , <i>C2C</i> , <i>P2C</i> e identidad del comerciante	543
3. Plataformas de compraventa de NFT: ¿intermediarias o comercializadoras?.	543
4. El consumidor experto en NFT	545
IV. CONCLUSIONES	545
V. BIBLIOGRAFÍA.....	546

PARTE IV CONTRATOS DE TRANSPORTE

RESPONSABILIDAD DEL PORTEADOR POR LOS DAÑOS DERIVADOS DE LA CARGA Y ESTIBA DE LAS MERCANCÍAS EN EL TRANSPORTE POR CARRETERA, por Alberto Emparanza Sobejano	551
I. INTRODUCCIÓN	552
II. LA OBLIGACIÓN DE CARGA Y ESTIBA DE LAS MERCANCÍAS EN EL ART. 20 LCTM	553
1. La atribución al cargador de la obligación de carga y estiba.....	553
2. La posible atribución al porteador de la obligación de carga, estiba, descarga y descarga.....	554

	Pág.
III. EL DEBER DE COLABORACIÓN DEL TRANSPORTISTA EN LA ESTIBA DE LAS MERCANCÍAS	556
1. Contenido y alcance del deber de colaboración del transportista en la estiba de las mercancías.....	556
2. El régimen legal previsto en el Real Decreto 563/2017, de 2 de junio: la ficha de estiba	560
IV. SUPUESTOS DE RESPONSABILIDAD DEL PORTEADOR POR LOS DAÑOS EN LAS MERCANCÍAS DERIVADOS DE LA CARGA Y/O ESTIBA DEFICIENTE	561
1. La responsabilidad por daños derivados de la carga y/o estiba en el CMR ...	561
2. La responsabilidad por daños derivados de la carga y estiba en los ordenamientos de nuestro entorno.....	563
2.1. La responsabilidad por daños derivados de la carga y estiba en el Derecho francés.....	563
2.2. La responsabilidad por daños derivados de la carga y/o estiba en el Derecho italiano.....	564
2.3. La responsabilidad por daños derivados de la carga y/o estiba en el Derecho alemán	566
3. La responsabilidad por daños derivados de la carga y/o estiba en el ordenamiento español.....	568
3.1. La responsabilidad del porteador por los daños derivados de la deficiente y/o estiba realizada por el cargador.....	568
3.2. La responsabilidad del porteador por las inadecuadas instrucciones impartidas al cargador para la realización de la estiba	569
3.3. La responsabilidad del porteador por la realización de las operaciones de estiba y amarre de las mercancías atribuidas al cargador.....	570
V. CONCLUSIONES	572
LA PROTECCIÓN DEL PASAJERO AÉREO: NUEVAS SOLUCIONES DEL TRIBUNAL DE JUSTICIA DE LA UNIÓN EUROPEA A NUEVOS Y NO TAN NUEVOS PROBLEMAS, por M.^a Victoria Petit Lavall.....	573
I. INTRODUCCIÓN	574
II. LA APORTACIÓN DE LAS NUEVAS SENTENCIAS	575
1. Concreción del ámbito de aplicación del Reglamento 261/2004.....	575
1.1. El concepto «vuelo»	575
1.2. La reserva confirmada	578
2. Un nuevo incumplimiento: el «gran adelanto» como supuesto de cancelación.....	579
3. De nuevo sobre la delimitación del gran retraso.....	580
4. Sobre los derechos de los pasajeros contenidos en el Reglamento 261/2004	581
4.1. Sobre el derecho de información.....	581
4.2. Sobre el derecho al reembolso o a un transporte alternativo.....	582
4.3. Sobre el derecho de compensación	583
4.4. La inclusión de otros supuestos de circunstancia extraordinaria	584

	Pág.
LOS NUEVOS MODOS DE CONTRATACIÓN Y LOS DERECHOS DEL PASAJERO-CONSUMIDOR EN EL TRANSPORTE AÉREO, por Segismundo Torrecillas López	587
I. INTRODUCCIÓN	588
II. DERECHOS Y OBLIGACIONES DEL PASAJERO-CONSUMIDOR AÉREO ...	592
III. POSIBLES RECLAMACIONES DEL CONSUMIDOR-PASAJERO AÉREO	595
1. Reclamación extrajudicial.....	595
2. Administración pública.....	596
3. Carta de Servicios de Atención al Usuario de Transporte Aéreo.....	596
4. Arbitraje de consumo	596
5. Reclamación judicial	596
6. Objeto de la reclamación. ¿Qué se puede reclamar con el nuevo procedimiento? ¿Quién puede reclamar?	597
IV. INICIO DEL PROCEDIMIENTO ADR ANTE AESA	599
V. CONSIDERACIÓN FINAL.....	602
VI. BIBLIOGRAFÍA.....	602
A VUELTAS CON LA PROTECCIÓN DE LOS VIAJEROS POR FERROCARRIL EN LA UNIÓN EUROPEA: RETRASOS, PÉRDIDA DE ENLACES CANCELACIONES, por Ciara Vicente Mampel	605
I. INTRODUCCIÓN	606
II. EL REGLAMENTO (UE) NÚM. 2021/782.....	609
1. Ámbito de aplicación.....	609
2. El régimen de protección de los viajeros en caso de retrasos, pérdida de enlaces y cancelaciones.....	612
2.1. Aspectos generales	612
2.2. Los derechos mínimos de los viajeros.....	614
III. BIBLIOGRAFÍA.....	622
PARTE V	
CONTRATOS FINANCIEROS	
EL CONFLICTO DE INTERÉS EN LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS FINANCIEROS COMPLEJOS, por María Enciso Alonso-Muñumer	627
I. EL CONFLICTO SUSCITADO ENTORNO A LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS FINANCIEROS COMPLEJOS.....	628
II. RÉGIMEN JURÍDICO APLICABLE A LA RELACIÓN DEL PROFESIONAL FINANCIERO CON EL INVERSOR: DEBERES DE ACTUACIÓN.....	630
III. EL RIESGO DE CONFLICTO DE INTERÉS EN LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS FINANCIEROS COMPLEJOS.....	636
1. Marco jurídico	636
2. Conflictos de interés detectados en la comercialización de productos financieros complejos.....	637
2.1. Coincidencia entre el emisor, estructurador y asesor en la colocación.	637
2.2. Cobro de márgenes incorporado al precio.....	639
2.3. El papel del agente de cálculo: la importancia de la política de ajustes en el subyacente	642
IV. PROTECCIÓN DEL INVERSOR ANTE EL INCUMPLIMIENTO DE LOS DEBERES DE CONDUCTA EN LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS FINANCIEROS COMPLEJOS	644

	Pág.
1. La pretendida eficacia de la demanda de declaración de nulidad y la acción de resolución contractual (art. 1124 CC).....	644
2. Indemnización por los daños y perjuicios causados en los casos de actuación en situaciones de conflictos de interés.....	646
V. BIBLIOGRAFÍA.....	653
ASESORAMIENTO FINANCIERO AUTOMATIZADO E INTELIGENCIA ARTIFICIAL (LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS FINANCIEROS MEDIANTE ROBO-ADVISORS), por Rafael Marimón Durá	655
I. INTRODUCCIÓN	656
II. CARACTERIZACIÓN, VENTAJAS Y RIESGOS.....	657
III. TIPOS DE ROBO-ADVISORS.....	660
IV. ¿EN QUÉ MEDIDA ESTÁN PRESTANDO ASESORAMIENTO EN MATERIA DE INVERSIÓN?	662
V. CONSECUENCIAS DE LA CALIFICACIÓN COMO ASESORAMIENTO EN MATERIA DE INVERSIÓN DE LA ACTIVIDAD QUE REALIZAN LOS ROBO-ADVISORS	665
VI. ESPECIFICIDAD DE LA ACTIVIDAD Y OPORTUNIDAD DE UN TRATAMIENTO NORMATIVO AD HOC	672
VII. USO DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL POR LOS ROBO-ADVISORS Y CONSECUENCIAS EN TÉRMINOS DE TRANSPARENCIA, GOBERNANZA Y RESPONSABILIDAD	673
1. Uso de IA por el robo-advisor.....	673
2. Sistemas de IA de riesgo normal y de alto riesgo.....	675
3. Reglas de transparencia	676
4. Reglas de gobernanza.....	677
5. Régimen de responsabilidad.....	678
VIII. BIBLIOGRAFÍA.....	682
LA PROTECCIÓN DEL CLIENTE FINANCIERO ANTE LOS RETOS DE LA DIGITALIZACIÓN, por María Jesús Blanco Sánchez	685
I. CONTEXTUALIZACIÓN DEL FENÓMENO: NUEVOS CANALES DE CONTRATACIÓN Y PARTICULARIDADES DEL OBJETO. CONCEPTUALIZACIÓN DE LA FIGURA DEL USUARIO DE SERVICIOS FINANCIEROS	686
1. Nuevos canales de contratación y particularidades del objeto.	686
2. Conceptualización de la figura del usuario de servicios financieros.....	687
II. SUPERVISIÓN EFECTIVA Y PROTECCIÓN DEL CLIENTE	688
III. DE LA PROTECCIÓN DEL CLIENTE EN LA FASE PRECONTRACTUAL. ESPECIAL REFERENCIA AL DEBER DE INFORMACIÓN COMO MECANISMO DE GARANTÍA DE TRANSPARENCIA.....	690
1. Cuestiones generales.....	690
2. Deber de información.....	691
2.1. Concepto, contenido y características	691
2.2. El deber de información como mecanismo de fomento de la transparencia en el sector bancario	692
IV. ACTUACIONES NORMATIVAS RECIENTES PROYECTO DE LEY POR LA QUE SE REGULAN LOS SERVICIOS DE ATENCIÓN A LA CLIENTELA Y PROYECTO DE LEY DE CREACIÓN DE LA AUTORIDAD ADMINISTRATIVA INDEPENDIENTE DE DEFENSA DEL CLIENTE FINANCIERO	695
V. CONCLUSIONES.....	698
VI. BIBLIOGRAFÍA.....	699

	Pág.
LAS GREEN-FINTECH AL SERVICIO DE LA SOSTENIBILIDAD FINANCIERA, <i>por Beatriz Fonticiella Hernández</i>	701
I. LA SOSTENIBILIDAD FINANCIERA.....	702
II. LA ASIMETRÍA INFORMATIVA EN MATERIA DE SOSTENIBILIDAD.....	704
III. EL <i>GREENWASHING</i> EN EL SECTOR FINANCIERO.....	707
IV. LAS <i>GREEN-FINTECH</i> COMO FÓRMULA PARA LA PROTECCIÓN DE LOS INVERSORES Y CONTRA EL <i>GREENWASHING</i>	708
V. CONCLUSIONES.....	711
VI. BIBLIOGRAFÍA.....	712
 LA PIGNORACIÓN DE CUENTAS DE CENTRALIZACIÓN DE TESORERÍA Y LA NOCIÓN DE «CONTROL» COMO REQUISITO DE APORTACIÓN DE LA GARANTÍA FINANCIERA, <i>por Bruno W. Martín Baumeister</i>	715
I. INTRODUCCIÓN.....	716
II. EL CONTRATO DE CENTRALIZACIÓN DE TESORERÍA.....	718
1. Modelos de centralización efectiva vs. virtual.....	718
2. Centralización de tesorería y <i>open banking</i>	719
3. Centralización de tesorería y tecnología <i>blockchain</i>	722
III. LA CONSTITUCIÓN DE GARANTÍA FINANCIERA SOBRE CUENTAS DE EFECTIVO.....	724
1. Marco jurídico.....	724
2. El «efectivo» como objeto de la garantía financiera.....	725
3. La noción de «control» como requisito de aportación de la garantía finan- ciera sobre cuentas de efectivo.....	726
4. El modelo <i>Draft Common Frame of Reference (DCFR)</i>	728
5. El modelo <i>Uniform Commercial Code (UCC)</i>	728
6. El poder de denegación de retirada de efectivo en la PSD2.....	730
7. Los derechos de sustitución y de retirada del excedente.....	730
IV. LA STJUE EN EL ASUNTO <i>PRIVATE EQUITY INSURANCE GROUP Y SWEDBANK AS</i>	731
V. CONCLUSIONES.....	735
 PROTECCIÓN DEL ADQUIRENTE DE PRODUCTOS FINANCIEROS A TRA- VÉS DE LA INDEMNIZACIÓN DE DAÑOS: UNA CURIOSA FORMA DE RESPONSABILIDAD CIVIL, <i>por Julio Esplugues</i>	737
I. INTRODUCCIÓN.....	737
II. CASO MODELO.....	738
III. FÓRMULA DE CÁLCULO.....	739
IV. ORIGEN DE LA DOCTRINA.....	740
V. ALGUNAS PRECISIONES SOBRE EL CÁLCULO.....	741
VI. ALGUNAS DUDAS SOBRE LAS RESOLUCIONES ANALIZADAS.....	742
VII. CONCLUSIONES.....	743
VIII. BIBLIOGRAFÍA.....	743
 LA REVOLUCIÓN DIGITAL DE LAS FINANZAS. EL CONSUMIDOR ANTE EL MERCADO DE LOS CRIPTOACTIVOS. ¿ES POSIBLE UNA ALTERNATIVA SOSTENIBLE?, <i>por Susana González Arjona</i>	745
I. INTRODUCCIÓN.....	746
II. LA REVOLUCIÓN DIGITAL DE LAS FINANZAS. CRIPTOACTIVOS, RIES- GOS Y OPORTUNIDADES.....	747

	Pág.
1. El sector financiero ante el proceso de digitalización. Nuevos horizontes	747
2. Los riesgos de operar con criptoactivos.....	748
III. LA PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR EN EL MERCADO DE CRIPTOACTIVOS.....	751
1. La posición del consumidor ante el mercado de criptoactivos. Situación normativa actual.....	751
2. Algunos apuntes sobre la Propuesta de Reglamento relativo a los mercados de criptoactivos (MiCA).....	752
3. Medios de protección del consumidor.....	755
3.1. La referencia al consumidor en MiCA.....	755
3.2. Medios de protección. Especial referencia a los derechos de información y desistimiento.....	756
IV. SOSTENIBILIDAD Y CRIPTOACTIVOS. ¿ANTAGONISMO O COMPATIBILIDAD?	759
V. CONCLUSIONES	761
VI. BIBLIOGRAFÍA.....	761
CONTRATACIÓN DE SERVICIOS FINANCIEROS EN LÍNEA Y PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR, A RAÍZ DE LA PROPUESTA DE MODIFICACIÓN DE LA COMISIÓN EUROPEA, por Lucía Márquez Lobillo	763
I. INTRODUCCIÓN	764
II. EVOLUCIÓN LEGISLATIVA	765
III. ANÁLISIS DE LAS PRINCIPALES NOVEDADES DE LA PROPUESTA DE DIRECTIVA.....	767
1. Deber de información precontractual.....	767
2. Derecho de desistimiento.....	769
2.1. El derecho de desistimiento en supuestos de ejecución parcial.....	771
3. Equidad en línea.....	772
IV. CONCLUSIONES.....	773
V. BIBLIOGRAFÍA.....	774
PARTE VI	
CONTRATOS DE SEGURO	
EL CLIENTE-CONSUMIDOR DE SEGUROS ANTE UN MERCADO INTELIGENTE Y DIGITAL, por María Jesús Peñas Moyano	777
I. PLANTEAMIENTO	780
II. LA NECESARIA ACTUALIZACIÓN DEL RÉGIMEN DEL CONTRATO DE SEGURO	781
III. PUESTA EN MARCHA DE LA IDENTIDAD DIGITAL Y SU INFLUENCIA SOBRE LA CONTRATACIÓN.....	783
IV. NOVEDADES DE LA REFORMA DEL RÉGIMEN DE CONTRATACIÓN A DISTANCIA DE SERVICIOS FINANCIEROS	790
1. Armonización: incorporación a la normativa sobre derechos de los consumidores.....	790
2. Información precontractual.....	793
3. La equidad en línea como garantía en la contratación a distancia	794
4. El derecho de desistimiento.....	795
5. Otras cuestiones.....	798

	Pág.
V. FUTURO PRÓXIMO ¿Y AHORA QUÉ?.....	799
VI. BIBLIOGRAFÍA.....	800
DIGITALIZACIÓN Y SEGURO: HACIA UNA NUEVA DECLARACIÓN DEL RIESGO, por María del Rocío Quintáns Eiras.....	803
I. CONSIDERACIONES PREVIAS: DATOS MANEJADOS DE FORMA INTELIGENTE COMO EJES DE LA TRANSFORMACIÓN DE INDUSTRIA ASEGURADORA.....	804
II. EL PROCESO DE DIGITALIZACIÓN EN EL MARCO REGULATORIO ACTUAL: ACTUALIZACIÓN Y RACIONALIZACIÓN NORMATIVA.....	807
III. CAMBIOS EN LOS FLUJOS DE LA INFORMACIÓN EN LA DECLARACIÓN DEL RIESGO.....	815
1. Hacia una nueva forma de delimitar los riesgos: datos y tecnología analítica.....	815
2. Reformulación de la declaración de riesgos del asegurado: ¿de deber del asegurado a obligación de información precontractual de la aseguradora?.....	819
3. Primas personalizadas.....	824
IV. BIBLIOGRAFÍA.....	829
LA ADHESIÓN DIRECTA Y AUTOMÁTICA VERSUS LA LIBRE AUTONOMÍA DE LA VOLUNTAD EN PLANES DE PENSIONES TRAS LA LEY 12/2022. LOS FONDOS DE PENSIONES DE EMPLEO DE PROMOCIÓN PÚBLICA, por Félix Benito Osma.....	835
I. EL INICIO DE LAS MEDIDAS DE REFORMA. DIFERENCIACIÓN Y POTENCIACIÓN DE LA PREVISIÓN SOCIAL EMPRESARIAL, LAS LEYES 11/2020 Y 22/2021, DE PRESUPUESTOS GENERALES DEL ESTADO.....	836
II. LA LEY 12/2022, DE REGULACIÓN PARA EL IMPULSO DE LOS PLANES DE PENSIONES DE EMPLEO.....	838
1. El proceso de simplificación y transformación de categoría de los planes de pensiones.....	839
2. Los Fondos de Pensiones de Empleo de Promoción Pública (FPEPP).....	840
3. Los principios básicos de los planes de pensiones. La información previa, el acceso y la no discriminación en la contratación.....	843
III. BIBLIOGRAFÍA.....	849
EL IMPACTO DEL CAMBIO CLIMÁTICO EN EL SEGURO AGRARIO COMBINADO, por Teresa Franquet Sugañes.....	851
I. EL CAMBIO CLIMÁTICO Y SUS EFECTOS ADVERSOS.....	852
II. CONCEPTO Y FUNCIÓN DEL SEGURO AGRARIO COMBINADO.....	852
1. Origen y función del seguro agrario combinado.....	853
2. Concepto.....	855
III. LA COOPERACIÓN PÚBLICO PRIVADA: LAS INSTITUCIONES Y PERSONAS IMPLICADAS EN EL CONTRATO DE SEGURO AGRARIO COMBINADO.....	856
1. La Agrupación Española de Entidades Aseguradoras de los Seguros Agrarios Combinados.....	857
2. La Entidad Estatal de Seguros Agrarios.....	857
3. El Consorcio de Compensación de Seguros.....	859
3.1. La función de asegurador directo: el coaseguro.....	859

	Pág.
3.2. La función de reasegurador: el reaseguro.....	860
3.3. La función relativa al control de las peritaciones.....	861
IV. CONCLUSIONES.....	861
V. BIBLIOGRAFÍA.....	863
EL CONTRATO DE SEGURO EN EL UNIVERSO VIRTUAL. REFLEXIONES ACERCA DE SU IMPLEMENTACIÓN, por Juan Pablo Gonzales Bustos.....	865
I. INTRODUCCIÓN.....	866
II. ¿QUÉ ES EL UNIVERSO VIRTUAL - METAVERSO?.....	867
1. Qué posibilidades ofrece el universo virtual.....	868
2. Usuarios registrados en el universo virtual.....	869
3. Tipología de residentes en el universo virtual.....	870
4. Empresas con presencia en el universo virtual.....	870
5. Valoración del universo virtual.....	871
III. OPERACIONES DE COMPRA Y VENTA EN EL UNIVERSO VIRTUAL.....	871
IV. INGRESOS QUE SE PERCIBEN EN EL UNIVERSO VIRTUAL.....	873
V. POR QUÉ ES NECESARIO REGULAR EL FUNCIONAMIENTO DEL UNIVER- VERSO VIRTUAL.....	874
VI. AUTORREGULACIÓN O INTERVENCIONISMO ADMINISTRATIVO.....	875
VII. ¿QUIÉN DEBE REGULAR LAS INTERACCIONES EN EL UNIVERSO VIR- TUAL?.....	875
VIII. EL CONTRATO DE SEGURO EN EL UNIVERSO VIRTUAL.....	877
1. ¿Es posible suscribir un contrato de seguro en el universo virtual?.....	878
2. Cómo y dónde debe contemplarse los contratos de seguro en el universo virtual.....	879
IX. CONCLUSIONES.....	880
X. BIBLIOGRAFÍA.....	881

PRÓLOGO

I

Es ya tópica la afirmación de que nuestro tiempo se ha caracterizado por una vertiginosa aceleración de los procesos de cambio en todos los órdenes de la vida. Y acaso nuestro lugar histórico refuerce esa impresión.

Es verdad que no sabemos cómo vivió la humanidad otros cambios que, con ojos de hoy, juzgamos trascendentales. Pensemos en el fin de la cultura clásica y el advenimiento de la Edad Media (la caída del imperio romano) o en la incipiente revolución comercial que caracterizó a la última etapa del medievo, o la primera globalización, ya a comienzos de la Edad Moderna, merced a la llegada de los europeos al continente americano.

Quienes peinamos canas sí estamos en condiciones de comprobar la verdadera revolución que se ha producido —y se sigue produciendo— en el corto periodo de tiempo comprendido entre la última década del extinto siglo XX y los más de veintidós años transcurridos de este siglo XXI.

Si algo destaca por encima de todo lo demás, por la importancia que posee en sí mismo y por su irradiación en otros ámbitos, es la revolución tecnológica y la que por el momento podemos considerar su colofón, que es la economía digital y la llamada inteligencia artificial.

No es necesario insistir demasiado en las secuelas de todas estas transformaciones sobre nuestra vida cotidiana. Especialmente sobre la de las generaciones de quienes denominamos, a veces, nativos digitales.

Todavía nos sorprende hasta qué punto la forma de vivir en sociedad, de relacionarse entre sí y con los poderes públicos, de acceder a la cultura y a los servicios esenciales, ha experimentado una revolución que hace muy pocos años era sencillamente inimaginable.

A los ojos del jurista, y, especialmente del cultivador del Derecho mercantil, esos cambios han supuesto la irrupción de un escenario radicalmente nuevo, plagado de oportunidades y ventajas, pero preñado también de peligros ante los que no es posible cerrar los ojos con el pretexto de no obstaculizar el progreso tecnológico.

Factores como la globalización, las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, la inteligencia artificial y la economía digital han propiciado un cambio radical en las formas de ser y estar en la vida en sociedad, y también, por tanto, en los procesos económicos y de satisfacción de las necesidades de la sociedad a través del mercado.

La guerra de Ucrania, de triste actualidad en el momento en que escribimos estas líneas, revela que incluso los conflictos bélicos se libran, también, en el frente digital.

Es cierto que se trata de fenómenos que llevan ocupando la atención de teóricos y prácticos del Derecho desde hace al menos una década. Fenómenos como la economía colaborativa, las nuevas plataformas digitales y mercados en línea, las redes sociales, o el papel de los algoritmos en los procesos productivos y de distribución, entre otros muchos, han venido siendo objeto de la preocupación de unos y otros. Sin embargo, esos problemas, dotados de inmediata proyección práctica, no han dejado de estar abiertos.

II

El volumen que ahora prologamos recoge las ponencias y comunicaciones presentadas en el Congreso internacional «Contratación mercantil: digitalización y protección del cliente/consumidor», celebrado los días 21 y 22 de octubre de 2022 en la Facultad de Derecho y Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Córdoba. Tanto aquel como este persiguen el objetivo de analizar la incidencia del cambio económico y tecnológico sobre las relaciones contractuales entabladas en el mercado, con el propósito de dar satisfacción a las necesidades humanas, detectar los problemas derivados de la aplicación generalizada de las nuevas tecnologías digitales y la inteligencia artificial en ese ámbito, y proponer las soluciones más satisfactorias para estos últimos.

Lo anterior siempre prestando una atención especial a la protección del cliente/consumidor, que es uno de los principios fundamentales que, impulsado desde Bruselas y plasmado en nuestra propia Constitución (art. 51), ha venido cambiando sustancialmente la fisonomía del Derecho de obligaciones y contratos contemporáneo. Especialmente desde la promulgación de la Ley General de Defensa de los Consumidores y Usuarios en 1984. En este sentido, creemos no exagerar al afirmar que la normativa protectora de los consumidores y usuarios ha cambiado por completo el modelo liberal-individualista al que respondía el viejo Derecho de la contratación propio de la codificación decimonónica.

Desde el punto de vista normativo, las cuestiones abordadas en esta obra colectiva conforman un asunto complejo. No en vano, en ellas confluyen normas de Derecho público y privado, muchas procedentes de la Unión Europea. Además, están sometidas a un cambio legislativo permanente, al compás (por no decir a remolque) de las transformaciones de la realidad social y económica. De hecho, los Diarios Oficiales de la Unión Europea de 12 de octubre y de 27 de octubre de ese mismo año (justo antes y después de la celebración del Congreso) publicaron las esperadas (y relevantes) leyes (por seguir con la terminología consolidada en la práctica) sobre mercados y servicios digitales, respectivamente, de indudable importancia para la temática analizada. Se trata, pues, de una cuestión abierta, y la obra que presentamos aspira a ser un paso más en el imprescindible proceso de reflexión necesario para la valoración de los problemas y la adopción de posibles soluciones.

III

El lector podrá comprobar que las valiosas aportaciones recogidas en esta obra abordan con rigor los diferentes problemas jurídicos que esas nuevas realidades traen consigo. Y aunque el objeto inmediato afecta al Derecho de la contratación, no resultan descuidados otros aspectos conexos, cuya preterición al abordar este tipo de análisis carece, en nuestra opinión, de cualquier justificación. Nos referimos a la toma en consideración de la vertiente jurídica concurrencial a la hora de valorar y resolver las disfunciones advertidas en el desarrollo de la actividad negocial.

Tampoco faltan, por otra parte, análisis relativos a los elementos y contenidos digitales en cuanto objeto de la actividad contractual, ni, como acabamos de advertir, a las consecuencias en el ámbito que nos ocupa de fenómenos como las plataformas digitales, los mercados en línea y el régimen de los intervinientes en la nueva economía digital.

Como es natural, también son objeto de atención y reflexión las consecuencias de las nuevas realidades digitales y de la protección de clientes y consumidores en ámbitos tradicionalmente mercantiles, como los contratos bancarios y financieros, de seguros y transporte. Al respecto la obra ofrece aportaciones de gran interés que ponen de manifiesto el rumbo que actualmente siguen estos relevantes sectores de la contratación mercantil.

IV

Poco más hemos de añadir. Sí queremos reiterar nuestro agradecimiento a los autores y las autoras que han contribuido a que esta obra vea la luz en la señera y prestigiosa Editorial Marcial Pons, que con tanto mimo y acierto realiza siempre su labor.

Además, estamos convencidos de que el esfuerzo de quienes participan en la obra no solo es valioso en cuanto supone un impulso en el incesante proceso de avance del conocimiento, al que ha de servir la Universidad, sino que también ayudará en el imprescindible proceso de búsqueda de soluciones justas para los nuevos problemas, sin merma del necesario progreso económico y tecnológico, por el que ha de sentirse muy especialmente interpelado el legislador.

Por otra parte, hemos de dejar constancia de que tanto la celebración del Congreso de que trae causa, como la elaboración y publicación de este volumen han sido posibles gracias a la financiación procedente de los proyectos de investigación que nos han sido concedidos a los mercantilistas cordobeses. En concreto, lo han sido gracias al Proyecto de investigación nacional (referencia: PID2020-117872RB-100) financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación del Gobierno de España (IP: Miranda Serrano y Pagador López), del Proyecto de investigación autonómico (referencia: P20_00002) financiado por la Consejería de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidades de la Junta de Andalucía (IP: Miranda Serrano) y del Proyecto FEDER-UCO (referencia: 1380525-R) financiado por la Universidad de Córdoba (IP: Miranda Serrano y Pagador López).

En relación con estos tres Proyectos de investigación, es conveniente precisar que todos ellos presentan como denominador común su preocupación por el análisis de la protección (contractual y concurrencial) de los consumidores y usuarios en un mercado en creciente proceso de digitalización.

Tenemos la convicción de que el esfuerzo que ahora concluye con la aparición de este libro, por parte tanto de los mercantilistas de la Universidad de Córdoba, como de los profesores y profesoras (ya más amigos que colegas) y profesionales que han participado en aquel Congreso Internacional y han contribuido con sus aportaciones a esta obra, ha merecido la pena. En sus páginas pueden encontrarse diagnósticos acerca problemas variados, reflexiones rigurosas y solventes y propuestas de solución de gran valía técnica para afrontar la tarea que espera a los operadores jurídicos. Queda constancia, por ello, de nuestra satisfacción por poder prologar y presentar esta obra.

En cualquier caso, la última palabra la tiene siempre el lector. Como es natural, a él corresponde valorar las bondades y utilidad de los contenidos de este libro colectivo. Como bien dijo Aldo Giuffrè, «cuando el autor escribe la palabra fin, la historia ya no

es suya. Pasa al lector, que puede ayudar al propio autor a comprender mejor lo que ha escrito».

En Córdoba, a 28 de febrero de 2023

Día de Andalucía

Luis María MIRANDA SERRANO

Catedrático de Derecho Mercantil
Decano de la Facultad de Derecho y
Ciencias Económicas y Empresariales
Universidad de Córdoba

Javier PAGADOR LÓPEZ

Profesor Titular de Derecho Mercantil
Vicedecano de la Facultad de Derecho y
Ciencias Económicas y Empresariales
Universidad de Córdoba

LA CONTRATACIÓN MERCANTIL COMO CUESTIÓN DE ACTUALIDAD*

COMMERCIAL CONTRACTING AS A TOPICAL ISSUE

Jesús QUIJANO GONZÁLEZ

Catedrático emérito de Derecho Mercantil
Universidad de Valladolid

RESUMEN: *Este trabajo reflexiona sobre la problemática de la contratación mercantil, una cuestión clásica que admite nuevas perspectivas en cada fase de la evolución histórica. Pueden distinguirse dos aspectos: 1) a posición que debe corresponder a la contratación mercantil dentro del amplio contexto del régimen general de las obligaciones y contratos, lo que requiere actualizar el debate tradicional entre lo común y lo especial, y 2) el modelo normativo con que debe completarse y sistematizarse la contratación mercantil, lo que exige valorar la proporción entre regulación y tipicidad en esta materia.*

Palabras clave: *reforma contratación mercantil, obligaciones y contratos mercantiles, propuesta de código mercantil.*

ABSTRACT: *These paper analyses the problem of commercial contracting, a classic question that admits new perspectives at each stage of historical evolution. Two aspects can be distinguished: 1) the position that should correspond to commercial contracting within the broad context of the general regime of obligations and contracts, which requires updating the traditional debate between the common and the special, and 2) the normative model with which commercial contracting should be completed and systematised, which requires assessing the proportion between regulation and typicality in this area.*

Keywords: *reform of commercial contracts, commercial obligations and contracts, commercial code proposal.*

SUMARIO: I. INTRODUCCIÓN: LA DOBLE DIMENSIÓN DE LA CUESTIÓN.—II. EL PROBLEMA DE LA CONFIGURACIÓN DEL DERECHO DE OBLIGACIONES Y CONTRATOS.—III. CONTENIDO Y SISTEMA DE LA CONTRATACIÓN MERCANTIL.—IV. UNA SIMPLE REFLEXIÓN FINAL.

* El presente trabajo constituye la versión en texto escrito de la exposición oral realizada, bajo el rútopo de Conferencia, en la clausura del Congreso de Contratación Mercantil, celebrado en Córdoba, los días 20 y 21 de octubre de 2022. Dejo aquí constancia formal del agradecimiento a los organizadores, los profesores Luis MIRANDA y Javier PAGADOR, por una doble generosidad: la de ofrecerme esa posibilidad, mediante una invitación inmerecida; la de presentar como Conferencia de Clausura de un Congreso excepcional en todos los aspectos, lo que fue una simple disertación informal, ofrecida como reflexión personal, que es lo que aquí he tratado de reproducir.

I. INTRODUCCIÓN: LA DOBLE DIMENSIÓN DE LA CUESTIÓN

La contratación mercantil, considerada así, como categoría jurídica general, siempre ha constituido un ámbito especialmente propicio para la reflexión sobre los dos aspectos que mejor caracterizan su peculiaridad: de un lado, su posición sistemática y su delimitación en el espacio del Derecho de los contratos, donde convive y se relaciona con otros dominios que también participan de esa naturaleza; de otro lado, su estructura interna, habida cuenta de la variabilidad y amplitud de su contenido, necesariamente abierto a la incorporación de nuevas figuras y al desarrollo de las que en cada momento son conocidas, dispongan o no de regulación. De manera que precisar el estado de la cuestión exige aquí responder de manera actualizada a ese conjunto de preguntas que se han planteado una y otra vez, de la misma manera y en diferente contexto a lo largo del tiempo: qué hacer con la contratación mercantil, dónde colocarla, cómo organizarla internamente, qué función asignarla, etc. Y, como no se trata solo de responder con una orientación meramente descriptiva del fenómeno, sino también de aplicar una perspectiva valorativa, al relato de los hechos significativos debe añadirse una exigencia más comprometida: qué se debería hacer, qué sería lo correcto hacer, desde el punto de vista de la naturaleza de las cosas y de la razonabilidad jurídica, con ese magma tan expansivo que es la contratación mercantil a la hora de definir su territorio, de asignarle límites y de ordenar debidamente el espacio que haya de ocupar.

Tal pretensión no es otra que la de retornar a un problema clásico, distinguiendo las dos dimensiones citadas: una, más histórica, con trascendencia principalmente externa, en la que se plantea la relación del Derecho de la contratación mercantil con el Derecho de las obligaciones y contratos en general, todavía con el sesgo de la delimitación de lo especial respecto de lo general, tensionada primero en nuestro caso por la peculiaridad de la codificación del Derecho privado, que alumbró por dos veces un Código de Comercio sin Código Civil previo, y corregida luego por la generalización de una parte de lo que fue originariamente especial, en un proceso de mercantilización acelerada de ciertas figuras contractuales; otra, más reciente, y con más dimensión interna, que atañe a la sistematización y regulación propia de la contratación mercantil, donde el despliegue de nuevos contenidos y nuevas formas, de categorías contractuales requeridas por la evolución económico-empresarial y configuradas en la atipicidad creativa de estructuras contractuales novedosas y sofisticadas.

Pero así como la cuestión histórica discutía la relación entre el Derecho civil y el Derecho mercantil, en el ámbito de los contratos, lo que discute la cuestión moderna, sin olvidar esa perspectiva, es principalmente la relación entre el Derecho mercantil y el Derecho administrativo, más concretamente el Derecho administrativo económico, pues lo que viene ocurriendo en época más reciente es que, cada vez con mayor frecuencia, aspectos del contenido de los contratos, que en otro tiempo estuvieron atribuidos a la libertad de contratación y de configuración contractual, como manifestaciones de la autonomía de la voluntad y de la libertad de pactos, hoy se ven penetrados por normas imperativas, sea en materia de condiciones contractuales, sea en materia de precios, cuya legitimidad se proclama derivada del interés de la economía general. Proceso este al que no es ajena la incidencia del Derecho de la protección de los consumidores, con objetivos de tutela de los intereses de la parte débil del contrato, mediante limitaciones, prohibiciones, u otros instrumentos generales o sectoriales, en tanto que contribuye decididamente a modificar la estructura tradicional de la contratación.

Esas dos dimensiones del problema de la contratación mercantil han sido objeto de consideración y debate con ocasión de la todavía reciente elaboración

del Anteproyecto de Código Mercantil, acontecimiento que merece un breve recordatorio.

Como bien se recordará, la primera versión del citado Anteproyecto, presentada en 2013, planteó un intenso debate, con activa participación de profesores de Derecho Civil y de la propia Sección de Derecho Civil de la Comisión General de Codificación (en cuyo seno se había elaborado en 2009 una interesante Propuesta para la Modernización del Derecho de Obligaciones y Contratos, estancada desde entonces) a propósito del contenido y alcance del Libro IV, que llevaba por título «De las obligaciones y de los contratos mercantiles en general». Se alegaba, y se discutía, si el Anteproyecto había ido demasiado lejos, invadiendo el espacio de lo que se consideraba general, o apropiándose de normas comunes, en la medida en que se traían al ámbito especial de lo mercantil reglas que debían pertenecer al ámbito contractual.

Dicho Libro IV constaba de cinco Títulos: un Título I de Disposiciones generales, referidas al carácter dispositivo de las normas, como regla general, a los deberes en la fase preparatoria del contrato, a la perfección, modificación e interpretación de los contratos, a su contenido, extinción y excesiva onerosidad, incumplimiento y morosidad en el cumplimiento de los contratos mercantiles; un Título II, que comprendía las formas especiales de contratación (electrónica, en pública subasta y automática); un Título III, sobre condiciones generales de la contratación; un Título IV, sobre cláusulas de confidencialidad y de exclusiva; y un Título V, sobre cesión de los contratos mercantiles.

Recayó entonces Dictamen del Consejo de Estado, emitido en 2015, muy alineado con la idea de que el Anteproyecto se había excedido al configurar el Libro IV. Algunos párrafos de aquel Dictamen son bien reveladores en cuanto a la afirmación de ese criterio: se refería a otros informes que se habían emitido, en los que se hablaba de «la invasión del ámbito civil por la regulación proyectada», o de la «difícil justificación actual de superponer una teoría general del contrato a la del Código Civil», para concluir que el Consejo de Estado compartía ese parecer, consideraba necesario «mantener una regulación general común de la contratación privada lo más amplia posible en el Código Civil, de forma que el Código Mercantil se limite a precisar aquellas reglas concretas en que el tratamiento mercantil ha de ser necesariamente diferente y, en su caso, con una remisión a las bases de las obligaciones contractuales del Código Civil» y entendía, por tanto, que «el Derecho privado común en materia de obligaciones y contratos debe ubicarse en el Código Civil, mientras que el Código Mercantil debe recoger solo las reglas especiales que se considere pertinente mantener para el ámbito mercantil», todo ello avalado en razones conceptuales, de simplificación normativa, de uniformidad jurisprudencial, de coordinación con los textos europeos y, en suma, de seguridad jurídica, a fin de evitar lagunas, redundancias y discordancias.

El efecto obvio de tal planteamiento no podía ser otro que el de objetar el Libro IV del Anteproyecto en los términos en que había sido concebido en aquella versión del Anteproyecto de 2013. El dictamen del Consejo de Estado se extendía incluso seleccionando ejemplos de lo que consideraba un «efecto perturbador—incluso perverso— y no pretendido» (*sic*) de algunas normas: así, la cláusula *rebus sic stantibus*, los deberes en la fase preparatoria del contrato, especialmente en cuanto al deber de confidencialidad y a la culpa *in contrahendo*, las condiciones generales de la contratación, o la cesión de créditos.

A la vista de esas objeciones, el Ministerio de Justicia decidió encargar a un Grupo de Trabajo, integrado por el presidente y dos vocales de cada una de las dos Secciones afectadas (la Civil y la Mercantil) de la Comisión General de Codifica-