

ÍNDICE

CAPÍTULO I. ANÁLISIS DEL FENÓMENO DE LA «ECONOMÍA COLABORATIVA»

1. EL FENÓMENO DE LA ECONOMÍA COLABORATIVA

2. LA DENOMINACIÓN Y DELIMITACIÓN DEL FENÓMENO

2.1. ¿«Consumo colaborativo» o «Economía colaborativa»?

2.2. Análisis de la terminología empleada por la Unión Europea a la hora de abordar este fenómeno: «Consumo colaborativo» vs. «Economía colaborativa»

2.3. Otras denominaciones y realidades que puede abarcar el fenómeno

2.4. Apuntes sobre la llamada «*gig economy*»

2.5. ¿Qué terminología es la más adecuada?

3. EL ORIGEN DEL FENÓMENO: LOS LLAMADOS «VALORES COLABORATIVOS»

4. FACTORES PROPULSORES DEL FENÓMENO

4.1. Factor económico: la crisis económica mundial de 2008

4.2. Factor medioambiental: la preocupación por el medio ambiente

4.3. Factor tecnológico: las tecnologías digitales emergentes

4.4. Pandemia covid-19: repercusiones en el fenómeno de la economía colaborativa

5. ELEMENTOS CLAVE EN LA CONTRATACIÓN EN EL ÁMBITO DE LA «ECONOMÍA COLABORATIVA»

5.1. Las plataformas colaborativas

5.1.1. Concepto, características y clases de plataformas

5.1.2. El papel de la plataforma en la contratación: ¿mero intermediario o prestador del servicio subyacente?

A) STJUE de 20 de diciembre de 2017, Asunto C-434/15. Uber Systems Spain, S.L., ¿servicio de intermediación o servicio de transporte?

B) STJUE de 19 de diciembre de 2019, Asunto C-390/18. Airbnb Ireland UC, ¿servicio de intermediación o servicio de alojamiento?

C) Respuesta a la pregunta planteada

5.1.3. ¿Con ánimo de lucro o sin ánimo de lucro?: Idea de negocio y fuentes de ingresos de las plataformas colaborativas

5.2. Los usuarios de las plataformas colaborativas

5.2.1. Los usuarios proveedores o prestadores de bienes o servicios

5.2.2. Los usuarios adquirientes de los bienes o servicios ofertados

5.2.3. Modelos de relaciones entre los usuarios de las plataformas de economía colaborativa

5.2.4. ¿Existe ánimo de lucro entre los usuarios?

5.2.5. La figura del «prosumidor»

5.2.6. La nueva figura del «consumidor vulnerable»: su incidencia en el ámbito de la economía colaborativa

CAPÍTULO II. LOS CONTRATOS ATÍPICOS EN EL ÁMBITO DE LA «ECONOMÍA COLABORATIVA»

1. INTRODUCCIÓN: LA CONTRATACIÓN ATÍPICA EN EL ÁMBITO DE LA ECONOMÍA COLABORATIVA

2. TEORÍA GENERAL DE LOS CONTRATOS ATÍPICOS

2.1. El principio de la autonomía de la voluntad

2.1.1. Libertad de contratación Vs. Libertad contractual

2.1.2. Libertad para celebrar contratos atípicos

2.2. La regulación del contrato atípico: los contratos mixtos

2.3. Supuesto práctico: ¿qué debemos hacer cuando nos encontramos ante un contrato atípico?

3. CONTRATOS ATÍPICOS EN EL ÁMBITO DE LA ECONOMÍA COLABORATIVA

3.1. La atipicidad del contrato de mediación celebrado entre la plataforma colaborativa y sus usuarios: el contrato de mediación electrónica

3.1.1. Cuestiones generales: el contrato de mediación o corretaje

3.1.2. Particularidades del contrato de mediación electrónica

3.2. Breve apunte sobre los contratos celebrados entre los usuarios de la plataforma: el llamado «contrato subyacente»

4. ANÁLISIS DE LOS CONTRATOS CELEBRADOS EN LAS PRÁCTICAS COLABORATIVAS DE *CARPOOLING*

4.1. Funcionamiento de las plataformas de *carpooling*

4.2. Vinculación de la empresa *decarpooling* con sus usuarios

4.2.1. Contrato de adhesión: condiciones generales de la contratación

4.2.2. Contratación electrónica y a distancia: mediación on-line

4.3. Vinculación entre los usuarios de la plataforma

CAPÍTULO III. EL SECTOR ASEGURADOR EN LA «ECONOMÍA COLABORATIVA»

1. CUESTIONES GENERALES

2. RESPONSABILIDAD CIVIL Y SEGURO EN LA CIRCULACIÓN DE VEHÍCULOS A MOTOR. SU APLICACIÓN EN EL ÁMBITO DE LAS PRÁCTICAS DE *CARPOOLING* O VEHÍCULO COMPARTIDO

2.1. La responsabilidad civil en el régimen jurídico español. Especial referencia a la responsabilidad civil extracontractual en la circulación de vehículos a motor

2.2. Los seguros de responsabilidad civil en la circulación de vehículos a motor. La figura del seguro obligatorio

3. RESPONSABILIDAD CIVIL Y SEGURO EN UN VIAJE EN VEHÍCULO COMPARTIDO

3.1. Movilidad compartida. Distinción entre las prácticas de *carsharing* y *carpooling*

3.2. ¿Remuneración o gastos compartidos?

3.2.1. El caso BlaBlaCar. Sentencia nº 30/2017, de 2 de febrero de 2017 del Juzgado de lo Mercantil de Madrid. Sentencia de 18 de Febrero de 2019 de la Audiencia Provincial de Madrid

3.2.2. Conclusión: no existe ánimo de lucro por parte del conductor en los viajes compartidos

3.3. Accidente en un trayecto en vehículo compartido: régimen de responsabilidad y cobertura de daños

3.4. El caso concreto de la plataforma *blablacar*. Coberturas adicionales

3.5. Supuesto práctico: accidente en un viaje compartido

4. LA IMPORTANCIA DE LA CORRECTA DECLARACIÓN DEL RIESGO. LOS ARTÍCULOS 10 Y 11 LCS. LAS COMPAÑÍAS ASEGURADORAS ANTE LAS PRÁCTICAS DE *CARPOOLING*

4.1. ¿Es necesario poner en conocimiento a la aseguradora que se va a utilizar el vehículo para la realización de viajes compartidos?

CAPÍTULO IV. “THE DIGITAL SERVICE ACT PACKAGE” Y SU IMPLICACIÓN EN LAS PLATAFORMAS DE «ECONOMÍA COLABORATIVA»

1. NUEVO MARCO REGULATORIO: “THE DIGITAL SERVICE ACT PACKAGE” Y SU IMPLICACIÓN EN LAS PLATAFORMAS DE «ECONOMÍA COLABORATIVA»

2. LA NUEVA «LEY DE SERVICIOS DIGITALES»

2.1. Nuevo marco sobre el régimen de responsabilidad de los prestadores de servicios de intermediación

2.2. Obligaciones impuestas a los prestadores de servicios de intermediación: régimen de diligencia debida

3. LA NUEVA «LEY DE MERCADOS DIGITALES» Y SU APLICACIÓN A LAS PLATAFORMAS DE ECONOMÍA COLABORATIVA

3.1. La calificación de «*gatekeeper*» o «guardián de acceso»

3.2. Algunas notas esenciales sobre la LMD: obligaciones y prohibiciones impuestas a los «guardianes de acceso»

CONCLUSIONES FINALES

BIBLIOGRAFÍA