



Colección  
**DERECHO DEL CONSUMO**

# LA CONTRATACIÓN ELECTRÓNICA MEDIANTE PLATAFORMAS EN LÍNEA:

Modelo negocial (B2C), régimen jurídico y protección de los  
contratantes (proveedores y consumidores)

María Teresa Álvarez Moreno

*Catedrática de Derecho civil,  
Universidad Complutense de Madrid*

**REUS**  
EDITORIAL

# COLECCIÓN DE DERECHO DEL CONSUMO

## TÍTULOS PUBLICADOS

- La protección del consumidor frente a los daños. Responsabilidad civil del fabricante y del prestador de servicios**, *M<sup>a</sup> Ángeles Parra Lucán* (2011).
- La protección frente a las cláusulas abusivas en préstamos y créditos**, *Virginia Múrtula Lafuente* (2012).
- La protección del consumidor en los créditos hipotecarios (Directiva 2014/17/UE)**, *Silvia Díaz Alabart (Dir.) y M<sup>a</sup> Patricia Represa Polo (Coord.)* (2015).
- La protección jurídica del consumidor en la contratación en general (Normas imperativas y pactos al respecto)**, *María Teresa Álvarez Moreno* (2015).
- Consumidor vulnerable**, *María Dolores Hernández Díaz-Ambrona* (2015).
- Las asociaciones de consumidores y usuarios**, *Teresa Carrancho Herrero* (2016).
- Manual de Derecho de Consumo**, *Silvia Díaz Alabart (Coord.)* (2016).
- Medicamentos, productos sanitarios y protección del consumidor**, *Antonio Juberías Sánchez (Coord.)* (2017).
- Resolución alternativa de litigios de consumo a través de ADR y ODR (Directiva 2013/11 y Reglamento (UE) n° 524/2013)**, *Silvia Díaz Alabart (Dir.) y Cristina Fuenteseca Degeneffe (Coord.)* (2017).
- Anticipos del consumidor para adquirir una vivienda futura**, *José Luis Colino Mediavilla* (2017).
- La nulidad de la cláusula de gastos en los préstamos hipotecarios**, *Manuel Jesús Marín López* (2018).
- La nulidad de la cláusula suelo por falta de transparencia**, *Tania Vázquez Muiña* (2018).
- Innovación tecnológica, mercado y protección de los consumidores**, *María Teresa Álvarez Moreno (Coord.)* (2018).
- El acuerdo novatorio sobre la cláusula suelo del préstamo hipotecario. Un análisis desde la Directiva 93/13/CE de cláusulas abusivas**, *Manuel Jesús Marín López* (2019).
- La contratación electrónica mediante plataformas en línea: modelo negocial (B2C), régimen jurídico y protección de los contratantes (proveedores y consumidores)**, *María Teresa Álvarez Moreno* (2021).

**COLECCIÓN DE DERECHO DEL CONSUMO**

Directoras:

**SILVIA DÍAZ ALABART**

Catedrática de Derecho civil  
Universidad Complutense de Madrid

**MARÍA TERESA CARRANCHO HERRERO**

Catedrática de Derecho civil  
Universidad de Burgos

**LA CONTRATACIÓN ELECTRÓNICA  
MEDIANTE PLATAFORMAS EN LÍNEA:  
Modelo negocial (B2C), régimen jurídico y protección  
de los contratantes (proveedores y consumidores)**

**María Teresa Álvarez Moreno**

*Catedrática de Derecho civil,  
Universidad Complutense de Madrid*

**REUS**  
EDITORIAL

Madrid, 2021

Este libro se publica como resultado del Grupo de Investigación Consolidado UCM-BSCH (nº 931499-933), dirigido por la prof<sup>a</sup>. D<sup>a</sup>. Patricia Represa Polo, sobre “Sujetos protegidos y contratación”. Así mismo es resultado último del Proyecto I+D DER 2015-68008-R, bajo el título «prestación de bienes y servicios a consumidores, en particular en un entorno digital», del que la autora ha sido IP. Y se adscribe a las actividades investigadoras del IDEIR (UCM).

© Editorial Reus, S. A.  
C/Rafael Calvo, 18, 2º C – 28010 Madrid  
Teléfonos: (34) 91 521 36 19 – (34) 91 522 30 54  
Fax: (34) 91 445 11 26  
reus@editorialreus.es  
www.editorialreus.es

1.ª edición REUS, S.A. (2021)  
ISBN: 978-84-290-2491-3  
Depósito Legal: M 11278-2021  
Diseño de portada: María Lapor  
Impreso en España  
Printed in Spain

Imprime: Talleres Editoriales Cometa, S. A.  
Ctra. Castellón, km 3,400 – 50013 Zaragoza

Ni Editorial Reus ni sus directores de colección responden del contenido de los textos impresos, cuya originalidad garantizan sus propios autores. Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra sólo puede ser realizada con la autorización expresa de Editorial Reus, salvo excepción prevista por la ley. Fotocopiar o reproducir ilegalmente la presente obra es un delito castigado con cárcel en el vigente Código penal español.

A mis padres, Félix y Áurea,  
(aunque mi padre sólo pueda verlo ya desde el cielo)  
que me han dado todo lo que soy,  
ofreciéndome siempre su apoyo incondicional.  
A mis hermanas, cuñados y sobrinos,  
por el privilegio de formar parte de una familia unida,  
cariñosa y que siempre impulsa a seguir adelante.

# CAPÍTULO I

## UN NUEVO MODELO DE NEGOCIO: LAS PLATAFORMAS

### 1. INTRODUCCIÓN

La expansión de las nuevas tecnologías, y su aplicación a las telecomunicaciones experimentadas en los últimos decenios ha dado paso a una nueva revolución industrial, considerada ya la cuarta, que tiene por objeto la digitalización de la sociedad precisamente con apoyo en esas nuevas tecnologías, o lo que podemos llamar, la economía digital<sup>1</sup>. En este sentido, tal como afirma el Parlamento Europeo, “la digitalización y las nuevas tecnologías continúan transformando las formas de comunicación, el acceso a la información y el comportamiento de los ciudadanos, los consumidores y las empresas”, con lo

---

<sup>1</sup> La economía digital, también conocida en algunos entornos especializados como «economía de los datos», hace referencia al procesamiento algorítmico de volúmenes de información mayúsculos, que surgidos del acopio progresivo de datos involucrados con el ejercicio de una actividad económica, favorecen la puesta en marcha de un espacio inteligente, inmaterial y virtual, en el cual llevar a cabo transacciones. Vid.: ALFONSO SÁNCHEZ, en ALFONSO SÁNCHEZ, Rosalía, VALERO TORRIJOS, Julián (Dir): Retos jurídicos de la economía colaborativa en el contexto digital, Thomson Reuters Aranzadi, 2017, Madrid, p. 235. En el mismo sentido: SOTO PINEDA, Jesús Alfonso: “Consideraciones acerca del elemento subjetivo presente en las economías colaborativas en entornos digitales”, Actualidad Civil, nº 2, 2018, pp. 1-10.

que “la cuarta revolución industrial conducirá a la digitalización de todas las facetas de la economía y de la sociedad”<sup>2</sup>.

Si en los albores del siglo XXI, ya se disciplinaba desde la Unión Europea la contratación electrónica<sup>3</sup>, poco tiempo después se hizo necesario regular de un modo más detallado la contratación a distancia<sup>4</sup>, entre la que se incluyen como una modalidad más, los contratos electrónicos, para dotar de una mayor protección a los consumidores, estableciendo una norma europea de máximos, para tratar de unificar la tutela del consumidor en el seno del mercado único, y especialmente del ya conocido como mercado único digital. Ello dio lugar a la Directiva 2011/83 sobre Derechos de los Consumidores<sup>5</sup>, que se incorporó al Derecho español, mediante la modificación del TRLCU operada por la Ley 3/2014 de 27 de marzo. Esta Directiva parte, de la protección del consumidor construida sobre un triple eje: el derecho a la información del consumidor, que se configura como obligación para el profesional, la forma del contrato, y el derecho de desistimiento del consumidor. Todo ello se integra además con las previsiones contenidas en los arts. 27 a 29 de la Ley 34/2002, relativas a las obligaciones previas y la información posterior a la contratación que debe cumplir el profesional, así como las normas relativas al momento y lugar en que se considera celebrado el contrato.

Con estas reglas de juego claramente establecidas para la contratación con consumidores, la expansión de la compra telemática, especialmente la celebrada mediante contratos electrónicos, ha continuado experimentando una eclosión espectacular en los primeros decenios del siglo XXI.

---

<sup>2</sup> Resolución del Parlamento Europeo PS\_TA (2017) 0272, de 15 de junio de 2017, sobre las plataformas en línea y el mercado único digital (2016/2276 (INI)), publicado en DOE 18 septiembre 2018, Considerando B, p. 137.

<sup>3</sup> Directiva 2000/31/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 8 de junio de 2000 relativa a determinados aspectos jurídicos de los servicios de la sociedad de la información, en particular el comercio electrónico en el mercado interior. Incorporada en el ordenamiento español, mediante la Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y comercio electrónico.

<sup>4</sup> Que ya estaban previamente regulados con una Directiva de 1997 (1997/7/CE, de 20 de mayo) que fue derogada por la Directiva 2011/83.

<sup>5</sup> Directiva 2011/83/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de octubre de 2011 sobre los derechos de los consumidores, por la que se modifican la Directiva 1993/13/CEE del Consejo y la Directiva 1999/44/CE del Parlamento Europeo y del Consejo y se derogan la Directiva 85/577/CEE del Consejo y la Directiva 1997/7/CE del Parlamento Europeo y del Consejo.

La compra telemática incluye además de los contratos por internet, otros canales de venta, como puede ser la venta telefónica o por catálogo, pero sin duda, la adquisición de bienes o servicios a través de internet, es el fenómeno sociojurídico más importante en este ámbito. Este contrato electrónico puede celebrarse mediante la utilización de un ordenador, de la televisión, o de un móvil o tablet, o cualquier otro dispositivo que permita la conexión a internet, o la utilización de aplicaciones específicas desarrolladas por los vendedores, o por plataformas para la distribución de bienes o servicios.

En este contexto, la irrupción de las plataformas y su expansión exponencial en la intermediación en la contratación de bienes y servicios por internet han configurado una nueva realidad sociojurídica, en la que las fronteras del comercio electrónico han dejado de ser geográficas, para ser sólo tecnológicas<sup>6</sup>. La relevancia que han cobrado las plataformas, y la mediatización del mercado con su intervención, ha provocado una nueva revolución del mercado digital en todas sus dimensiones y entre todos los sujetos contractuales, tanto en la contratación entre profesionales, como con consumidores o entre particulares. Desde el punto de vista socioeconómico se ha empezado a hablar de que estamos en una “economía de las plataformas”<sup>7</sup>. Como se ha señalado en la doctrina: “el rasgo característico de la economía de la plataforma es que la distinción entre consumidores y empresas se difumina<sup>8</sup> como resultado de la participación de la plataforma en

---

<sup>6</sup> Como señala GONZÁLEZ LÓPEZ, “se puede contratar desde cualquier lugar siempre que se disponga de un operativo con conexión a la red por lo que no hay fronteras geográficas sino «tecnológicas y de infraestructura””. Vid.: GONZÁLEZ LÓPEZ, Óscar Rodrigo: *Comercio electrónico*, Ediciones Anaya Multimedia, Madrid, 2010, p. 146.

<sup>7</sup> Vid.: BUSCH, Christoph; SCHULTE-NÖLKE, Hans; WIEWIÓROWSKA-DOMAGALSKA, Aneta; ZOLL, Fryderyk: *The Rise of the Platform Economy: A New Challenge for EU Consumer Law?*, 5 *Journal of European Consumer and Market Law*, 164-169 (2016), disponible también en <https://ssrn.com/abstract=2754100>. (Consultado por última vez el 11 de noviembre 2020).

<sup>8</sup> Por ello mismo afirma ESTEBAN DE LA ROSA, que: «La economía de las plataformas, sin embargo, va más allá del paradigma de protección del consumidor, ya que en ellas se involucran diversos grupos de usuarios según el tipo de plataforma. Si la taxonomía de consumidores y empresas nunca ha sido del todo clara, la economía de plataformas ha aumentado considerablemente los casos que pertenecen a la “zona gris”». Vid: ESTEBAN DE LA ROSA, Fernando: “La economía colaborativa y las nuevas iniciativas europeas en el ámbito de la contratación a través de plataformas digitales de intermediación: la transformación del modelo de protección internacional de la parte débil”, en JIMÉNEZ BLANCO, P. y ESPINIELLA MENÉNDEZ, A. (Dir.): *Nuevos escenarios*

las actividades”<sup>9</sup>. En realidad, lo que subyace es el desplazamiento del centro de atención del esquema bilateral del contrato que vincula a los dos contratantes (sean profesionales, particulares o contratos entre comerciante y consumidores), a un sistema trilateral de contratos cruzados entre los tres sujetos intervinientes, los contratantes y la plataforma.

### 1.1. El marco normativo de la protección del consumidor

El contrato electrónico celebrado, si vincula a un comerciante y un consumidor está bajo el ámbito de aplicación de la Directiva 2011/83 de derechos de los consumidores<sup>10</sup>, adaptada al Derecho español mediante la Ley 3/2014 de 27 de marzo, que modificó el TRLCU<sup>11</sup> (particularmente a los arts. 92 y ss. TRLCU, aunque también algunos otros). Esta normativa europea es una Directiva de armonización máxima, lo que implica la imposición de un régimen uniforme para todos los ordenamientos internos de la UE; que no pueden rebajar ni superar el nivel de protección previsto por la Directiva, salvo en aquellos aspectos puntuales en lo que la norma así lo permita, dejando cierto grado de concreción a la potestad de los Estados miembros. A través de esta Directiva se protegen los derechos del consumidor en relación con la celebración y ejecución del contrato: Se trata de una protección en la fase precontractual, (en relación con la información que el profesional está obligado a facilitar al consumidor), y contractual, —en relación con el derecho de desistimiento de la contratación que se atribuye como derecho imperativo al consumidor, así como con la forma que debe observarse (tanto para el cumplimiento de los

---

*del Derecho Internacional Privado de la contratación*. Tirant Lo Blanch, 2020, ISBN 978-84-1378-713-8., pp. 412 y ss., esp. p. 415.

<sup>9</sup> Vid: CUENA CASAS, Matilde: “Las Fintech de préstamos o crowdlending. La contratación a través de plataformas intermediarias en línea”, Reus, Hay Derecho, 2019, p. 43.

<sup>10</sup> Directiva que ha sido modificada por la Directiva (UE) 2019/2161 del Parlamento Europeo y del Consejo de 27 de noviembre de 2019 por la que se modifica la Directiva 93/13/CEE del Consejo y las Directivas 98/6/CE, 2005/29/CE y 2011/83/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, en lo que atañe a la mejora de la aplicación y la modernización de las normas de protección de los consumidores de la Unión.

<sup>11</sup> Para un estudio pormenorizado de esta Directiva y de su implementación en el Derecho español, vid. DÍAZ ALABART, S (Dir.) y ÁLVAREZ MORENO, M<sup>a</sup>. T. (Coord): “Contratos a distancia y contratos fuera de establecimiento mercantil. Comentario a la Directiva 2011/83 (adaptado a la Ley 3/2014 de modificación del TRLCU)”, Reus, 2014.

derechos del consumidor, como para la constancia por escrito o en soporte duradero de la oferta o del contrato, o para la entrega de una copia del mismo, en su caso) —.

En cuanto a la ejecución, se prevén los plazos en que debe entregarse el bien adquirido (plazo máximo de 30 días, salvo disposición específica de las partes en sentido contrario), así como algunas reglas en relación con el pago (pagos adicionales, etc).

En el tráfico jurídico actual, el pago del contrato se realiza igualmente mediante medios telemáticos, con cargo a una tarjeta de crédito o débito, cuyos datos se introducen en el sistema informático, y que incluso se puede vincular con el móvil de tal modo, que no es necesario ni siquiera presentar la tarjeta de crédito para realizar el pago; o cuyos datos ya están incluidos en el perfil del usuario, por lo que se hacen los cargos sin tener que incorporar mayor información, simplemente pulsando el botón de aceptar la operación, o de enviar el pedido. También cabe el pago mediante otros proveedores de servicios de pago, como paypal, que pueden ser, a su vez, catalogados como intermediarios o plataformas de pago. En todo este ámbito confluye también la regulación establecida por la segunda Directiva de Servicios de Pago 2015/2366, de 25 de noviembre de 2015, en el mercado interior, que se complementa con el Reglamento de tasas de intercambio 2015/751, de 29 de abril. Dicha Directiva ha sido incorporada a nuestro Ordenamiento por el Real Decreto Ley 19/2018, de 23 de noviembre de servicios de pago y otras medidas urgentes en materia financiera.

Una vez ejecutado el contrato, si el producto adquirido presenta alguna falta de conformidad con el contrato, entra en juego la aplicación de la Directiva 99/44 de 25 de mayo, relativa a algunas cuestiones de la garantía en la venta de bienes de consumo, cuyas reglas se regulan actualmente en los arts. 114 y ss. del TRLCU. A partir del 1 de enero de 2022, dicha norma quedará derogada y será sustituida por la Directiva (UE) 2019/771 relativa a determinados aspectos de los contratos de compraventa de bienes, por la se modifican el Reglamento (CE) 2017/2394 y la Directiva 2009/22/CE y se deroga la Directiva 1999/44/CE<sup>12</sup>.

---

<sup>12</sup> Directiva (UE) 2019/771 del Parlamento Europeo y del Consejo de 20 de mayo de 2019, relativa a determinados aspectos de los contratos de compraventa de bienes, por la se modifican el Reglamento (CE) 2017/2394 y la Directiva 2009/22/CE y se deroga la Directiva 1999/44/CE.

Si se trata de un servicio, aún no se ha aprobado a nivel comunitario la protección del consumidor ante los servicios contratados telemáticamente en general, por lo que hay que acudir, en su caso, a la regulación sectorial que pueda existir (como por ejemplo en relación con los servicios financieros a distancia, los viajes combinados o los propios servicios de pago).

## **1.2. La figura del vendedor de bienes o proveedor de servicios: profesionales y plataformas**

Una vez centrados en el tipo de contratos del que hablamos, y la protección que con carácter general se ha diseñado para el consumidor, debemos diferenciar las posibilidades que se han ido generando con respecto al profesional que oferta el bien o servicio que se contrata telemáticamente.

Junto al profesional o sociedad vendedora (pensemos en cualquier tienda on line, o web on line, de las que conocemos) que ofrecen su mercancía directamente al consumidor, comprador final, nos encontramos con otra posibilidad, las plataformas digitales que aglutinan una serie de bienes o servicios para ofertarlos al consumidor, o bien una serie de prestadores y profesionales (aunque también pueden ser oferentes particulares, y por tanto, no profesionales) que ofertan sus productos a través del canal de venta que construye la plataforma. Estas plataformas, a veces son únicamente intermediarios en la oferta de bienes o servicios (así por ejemplo, *Booking*, para las reservas hoteleras), mientras que otras veces operan indistintamente como vendedoras o como intermediarias para la venta de productos o la prestación de servicios por parte de terceras personas (así por ejemplo, *Amazon*, quien opera como vendedor directo, o bien como intermediario a través de *Amazon market place*). En estos últimos casos, las plataformas actúan como estructuras de mercado, por lo que se han denominado "*marketplaces*", "*market makers*" o "*matchmakers*"<sup>13</sup>, porque son modernas estructuras informáticas, que permiten concluir o facilitar el proceso de conclusión del contrato on line<sup>14</sup>, poniendo en contacto al menos

---

<sup>13</sup> Vid. CAMPOS CARVALHO, Joana: "Online platforms: Concept, Role in the conclusion of contracts and current legal framework in Europe", en ARROYO I AMAYUELAS, E. y CÁMARA LAPUENTE, S. (Dirs): "El Derecho privado en el nuevo paradigma contractual", Colegio Notarial de Cataluña, Marcial Pons, 2020, pp. 239 y ss.; esp. p. 242.

<sup>14</sup> Vid. CAMPOS CARVALHO, Joana: "Online platforms: Concept, Role in the conclusion of contracts and current legal framework in Europe", ob. cit, p. 241.

# ÍNDICE

<b>CAPÍTULO I</b>	
<b>UN NUEVO MODELO DE NEGOCIO: LAS PLATAFORMAS .....</b>	<b>7</b>
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**

<b>RELACIONES ENTRE LA PLATAFORMA Y EL CONSUMIDOR.....</b>	<b>139</b>
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**

<b>RELACIONES ENTRE EL USUARIO OFERENTE Y EL USUARIO DESTINATARIO: EL CONTRATO DE CONSUMO.....</b>	<b>157</b>
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**

<b>CONSTRUCCIÓN DE UN SISTEMA DE RESPONSABILIDAD DE LAS PLATAFORMAS COMO INTERMEDIARIAS EN LA CONTRATACIÓN DE BIENES Y SERVICIOS .....</b>	<b>185</b>
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 platafor- mas.....	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

En esta monografía se aborda la contratación en línea a través de plataformas electrónicas, desde todas sus perspectivas contractuales, esto es, se estudian todas las relaciones entre los sujetos intervinientes, pero partiendo de la premisa básica de que se trate de contratación con consumidores. En primer lugar se realiza una aproximación conceptual a este nuevo modelo de negocio. Se examinan los contratos que se celebran bilateralmente entre los sujetos, así como la estructura trilateral de este nuevo sistema de contratación, analizando su configuración y naturaleza jurídica y los derechos y obligaciones de las partes contratantes.

Y se adentra la autora en la cuestión más comprometida, cual es plantear el posible régimen de responsabilidad de las plataformas electrónicas intermediarias en la contratación de bienes y servicios con consumidores, estudiando la jurisprudencia comunitaria y española, así como las nuevas propuestas normativas europeas y la incipiente regulación, para proponer un sistema de responsabilidad de las plataformas. Esta monografía ha tenido en cuenta, inclusive, la reciente Propuesta de Reglamento europeo de Ley de Servicios Digitales.

María Teresa Álvarez Moreno, es Catedrática de Universidad y Directora del Departamento de Derecho Civil, de la UCM. Es miembro de la Comisión Académica de Doctorado de la Facultad de Derecho, y de su Comisión Permanente. Desde 2020 es miembro permanente del Colegio Docente del Doctorado del *Dipartimento di Giurisprudenza de la Università Parthenope*. Es Presidente de Colegio Arbitral de la JAC del Ayuntamiento de León, desde 2003.

Autora de varias monografías, coordinadora de otras dos, cuenta con un centenar de publicaciones entre artículos y capítulos de libro. Las líneas de investigación predominantes son el Derecho de contratos, la protección del consumidor, la mediación como medio de solución de controversias, y la protección de las personas con discapacidad.

Su trayectoria profesional está reconocida con cinco quinquenios docentes, tres sexenios de investigación y uno de transferencia. En la actualidad es IP del Proyecto I+D, “Desafíos del derecho de sucesiones en el s. XXI: Una reforma esperada y necesaria”.