

Capítulo 5

Los sujetos (III): consumidores y usuarios ante el reto de la economía colaborativa*)

PATRICIA BENAVIDES VELASCO

Profesora Titular de Derecho Mercantil. Universidad de Málaga.

Sumario:

- I. Introducción
- II. La protección del consumidor y usuario: una anunciada reforma impulsada desde la Unión Europea
 1. Propuestas de modificación de Directivas en materia de protección de consumidores
 2. Medidas de carácter no legislativo
 3. La defensa colectiva de los derechos de los consumidores
- III. El consumidor y usuario en la contratación realizada en entornos colaborativos
 1. Sujetos que intervienen en la contratación realizada en entornos colaborativos: prestador del servicio, usuarios y plataformas
 2. La difícil calificación del prestador de servicios. ¿Consumidor o profesional?
 3. Algunos criterios para diferenciar al prestador de servicios profesional de aquel que interviene en el mercado de forma ocasional
 4. Un apunte necesario acerca de los conceptos de consumidor y «prosumidor»
- IV. Bibliografía

I. INTRODUCCIÓN

En este trabajo analizamos las herramientas legales que la Unión Europea está elaborando con la finalidad de que los consumidores y usuarios que intervienen en los mercados denominados de economía colaborativa obtengan un nivel óptimo de protección de sus intereses.

Para ello, y con la intención de adaptar la normativa ya existente y adecuarla a los actuales mercados y a las prácticas comerciales en continua evolución, las Autoridades comunitarias se han planteado, entre otras medidas, la modificación de cuatro Directivas en materia de consumo.

Pese a que la legislación pueda mejorar con estas propuestas legislativas, es indudable que necesitamos una regulación que aclare cuál es la situación en el mercado de aquellos prestadores de servicios que intervienen en el mismo sin ánimo de lucro, o bien realizan su actividad de forma esporádica.

En el trabajo no nos hemos detenido a analizar las medidas concretas que protegen al consumidor y que ya son conocidas. Nos hemos centrado en el análisis de las modificaciones que se prevén y que afectan, en gran medida, a

los operadores que actúan en el mercado.

II. LA PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR Y USUARIO: UNA ANUNCIADA REFORMA IMPULSADA DESDE LA UNIÓN EUROPEA

En la actualidad, en nuestro Ordenamiento jurídico, y en aquellos que se localizan en nuestro entorno más cercano, se encuentra más que asentado lo que se ha venido a denominar como Derecho del consumo.

Es tradicional considerar que bajo este concepto se agrupan una serie de normas identificadas por su carácter tuitivo, que tienen como finalidad principal superar el desequilibrio existente entre los empresarios y los consumidores, protegiendo a estos últimos frente a aquellos que actúan en el mercado de forma profesionalizada.

Sin embargo, este planteamiento debemos superarlo, pues en los últimos tiempos se han instaurado otras fórmulas de actuación en el mercado en las que, junto a las ya clásicas y asentadas fórmulas de contratación, también existen transacciones en las que no resulta fácil determinar quiénes de los intervinientes puede ser calificado como la parte débil en la contratación y, por ende, la que se encuentra necesitada de protección.

El objetivo de la normativa en materia de consumo dictada por la Unión Europea garantiza que las relaciones entre empresas y consumidores sean justas y se basen en el principio de la transparencia. Esta actuación conlleva que se genere una situación de bienestar general en los consumidores europeos, lo que estimula también el impulso de la economía de la Unión.

1. PROPUESTAS DE MODIFICACIÓN DE DIRECTIVAS EN MATERIA DE PROTECCIÓN DE CONSUMIDORES

Las abundantes normas que la Unión Europea ha promovido en materia de consumo se van a ver ampliadas en un breve espacio de tiempo. Pese a que disponemos de las normas en materia de protección de consumidores más estrictas del mundo, es un hecho que una aplicación más correcta de estas normas, unas herramientas de reclamación eficaces y un superior conocimiento de sus derechos por parte de los consumidores, mejorará la confianza de estos y la economía también se verá beneficiada, dada la importancia que ha alcanzado el gasto de consumo dentro de la Unión, lo que conllevará a que se pueda mantener un modelo económico sostenible.

Para abordar estos retos y poder seguir garantizando el mantenimiento de un mercado único justo en los próximos años, la Comisión Europea ha presentado su Comunicación sobre «Un nuevo marco para los consumidores»¹⁾. Este nuevo documento se basa en el actual marco de la política de consumo, si bien propone unas normas más modernas, adecuadas para los actuales mercados y prácticas comerciales en continua evolución, y unas herramientas de aplicación más sólidas, tanto en el ámbito público como privado. También se incluyen propuestas de mejores posibilidades de recurso en caso de infracción para los consumidores y una aplicación más eficaz de las normas existentes actualmente.

Con este Nuevo marco para los consumidores, se pretende, además de lo ya indicado, el reforzar la cooperación con los países socios que no pertenecen a la Unión Europea, asegurar la igualdad de trato para los consumidores; mejorar la comunicación y el desarrollo de capacidades, con objeto de que los consumidores conozcan mejor sus derechos y ayudar a los pequeños comerciantes a cumplir más fácilmente sus obligaciones.

Con estos objetivos se han propuesto dos tipos de instrumentos. El primero de ellos de modificación del actual marco legislativo y, el segundo, basado en una serie de propuestas de acciones no legislativas, que vendrían a completar la acción sobre política de protección de consumidores planteada en la Unión Europea.

Ya se encuentra publicado el texto sobre la Propuesta de Directiva por la que se modifican cuatro Directivas en materia de consumo²⁾. Esta propuesta, previsiblemente se convertirá en norma y ello nos llevará a tener que modificar nuestra legislación interna en materia de consumo, con la intención de adecuarla a los nuevos dictados europeos. La proyectada norma introduce importantes variaciones en la Directiva relativa a las prácticas comerciales desleales, la Directiva sobre los derechos de los consumidores, Directiva sobre las cláusulas abusivas en los contratos, y en la Directiva sobre indicación de precios, si bien en estas dos últimas las modificaciones se ciñen a lo que hace referencia a las sanciones que se podrán imponer. Con la proyectada norma se pretende que las sanciones sean más efectivas, proporcionadas y disuasorias.

Estas iniciativas legislativas han tenido en cuenta, como no podía ser de otro modo, la revisión que recientemente ha

sufrido el Reglamento sobre la cooperación en materia de protección de los consumidores³).

Las nuevas formas de comercialización y la digitalización de la economía afectan de forma muy importante a los intereses de los consumidores. Entre otras, podemos señalar que las infracciones cometidas por los empresarios pueden alcanzar a millones de consumidores, al afectar a todos ellos con la utilización de una misma publicidad engañosa o con el establecimiento de condiciones contractuales que pueden calificarse como desleales⁴).

Como es sabido, las sanciones establecidas para aquellos empresarios que contravienen las normas sobre consumidores y que se han recogido en la legislación interna de los Estados miembros difieren en gran medida en función de cada ordenamiento jurídico. Además, las cuantías económicas que llevan aparejadas son muy reducidas. Por ello, se ha previsto que el legislador interno ostente la facultad de imponer multas que alcancen un importe al menos del 4% de las cifras de negocio del empresario por las infracciones generalizadas en las que pudiera incurrir⁵).

Junto a estas medidas se prevén otras de carácter individual. Así, a los consumidores se les debe reconocer el derecho a una indemnización de tipo económico cuando se vean perjudicados por determinadas actuaciones realizadas por los empresarios y que puedan ser calificadas como prácticas comerciales desleales.

Entre las medidas de protección que se prevén en estas reformas se encuentran aquellas destinadas a promocionar entre los empresarios las diferentes herramientas sobre resolución alternativa de litigios y de resolución de litigios en línea que pueden utilizarse.

Respecto a los productos o servicios comercializados en los mercados en línea y, dada la confusión que se puede generar en los consumidores acerca de la clasificación de las distintas ofertas y también sobre el sujeto con el que se encuentran formalizando el contrato, se han adoptado ciertas medidas para intentar paliar estas situaciones de incertidumbre.

En efecto, el consumidor medio, en la mayoría de las ocasiones, desconoce el modo en el que se clasifican las ofertas que se realizan en el mercado en línea. Por ello, las autoridades comunitarias han decidido reforzar este aspecto y, en la propuesta presentada, se impone la obligación de informarle acerca de los principales parámetros que determinan la clasificación de las distintas ofertas. Lo habitual es que los usuarios de estos mercados en línea, cuando utilizan las herramientas de comparación, lo que esperan es obtener un resultado de su búsqueda basado en la pertinencia respecto de su consulta. Sin embargo, esto no siempre es así. Por ello, se obligará a las plataformas a indicar si los resultados de dichas búsquedas contienen colocaciones retribuidas, es decir, si los anunciantes han abonado alguna cantidad por figurar en un lugar más destacado en los resultados, o si, en su caso, han retribuido a la plataforma para ser incluidos en la lista de los resultados de búsqueda (inclusión retribuida).

También en este mercado en línea el consumidor, por regla general, desconoce con quién se encuentra contratando de forma real. Es más, normalmente considera que lo hace con la propia plataforma. Sin embargo, en la mayoría de las ocasiones, no es así, ya que esta contratación se realiza con terceros, que pueden ser empresarios u otros consumidores.

La anterior confusión y que el consumidor presuponga que contrata con profesionales y empresarios y que, por ello, le asisten todos los derechos que tiene reconocido como tal, es lo que ha llevado a las autoridades de la Unión a reforzar las exigencias en materia de la información que tendrá que proporcionar el intermediario de forma clara.

Por tanto, pesa sobre estas plataformas, la obligación de informar acerca de con quien se está celebrando realmente el contrato, si se trata de la propia plataforma o de un tercero y, en este último caso, si éste es empresario o consumidor. Además, es necesario que se indique si se aplica la legislación de protección del consumidor. Igualmente, resulta necesario informar acerca de sobre cuál de los empresarios intervinientes en el contrato, el proveedor prestador del servicio o la propia plataforma, recae la obligación de garantizar los derechos del consumidor en relación con el contrato, especialmente en lo que se refiere al ejercicio del derecho de desistimiento y, también, acerca de la garantía legal.

También se produce una ampliación de la protección de los consumidores respecto de aquellos servicios digitales por los que no es necesario abonar cantidad económica alguna, pero a los que se les proporcionan datos personales (cuentas de correo electrónico, redes sociales u otro tipo de datos). El Parlamento y el Consejo han determinado que, dada la importancia económica que han adquirido las transacciones con datos personales, a estas no se les puede otorgar el calificativo de servicios de carácter gratuito⁶). Por ello, la propuesta de reforma de la Directiva de mejora de la aplicación y la modernización de las normas de protección de los consumidores en la Unión Europea, ha

considerado que, en estos supuestos, los consumidores deben tener el mismo derecho a obtener la información precontractual y a ejercer su derecho de desistimiento de la relación contractual en el plazo de catorce días, con independencia de que el servicio se hubiera abonado directamente o, en su defecto, se facilitaran datos personales.

Junto a la protección de los consumidores se reducen y agilizan algunas cargas que recaen sobre la empresa. Si bien, éstas pasan por mantener una alta protección de los consumidores y usuarios. Así, se otorga una mayor flexibilidad en cuanto a los medios de comunicación que el empresario puede utilizar para comunicarse con estos. Como alternativa al correo electrónico se propone el posible uso de medios de comunicación en línea, formularios web o chats. En tales casos, se requiere que el consumidor pueda llevar a cabo un seguimiento de la comunicación mantenida con con la empresa.

Igualmente, se suprimen dos obligaciones que recaen sobre el empresario acerca del ejercicio del derecho de desistimiento. Así desaparece la obligación del comerciante a aceptar el derecho de desistimiento cuando el consumidor haya utilizado más de lo necesario el artículo solicitado. La segunda es la derogación de la obligación de reembolso, que pesa sobre el empresario, incluso antes de haber recibido los bienes devueltos. Para ello, podrá retener el precio que se hubiera abonado hasta la recepción de los productos devueltos y comprobar el estado en el que se encuentran.

2. MEDIDAS DE CARÁCTER NO LEGISLATIVO

Como hemos indicado anteriormente, además de estas medidas de carácter legislativo, el Nuevo marco para los consumidores ha previsto una serie de acciones que no tienen ese carácter, si bien por ello, no dejan de resultar igualmente interesantes. Entre ellas se encuentran aquellas actuaciones destinadas a que los consumidores conozcan los derechos que les otorga la legislación. Así, se prevé la organización de actos tendentes a promover la información y que se han denominado «diálogos con los consumidores» y se desplegará una campaña de comunicación. Dentro de estos esfuerzos de educación realizados directamente con los ciudadanos se mantendrá el Aula de Consumo, en esta ocasión destinado a los consumidores considerados como vulnerables.

En materia de formación, educación y desarrollo de capacidades, ya se han realizado algunas actuaciones. Así ha comenzado el proyecto *Consumer Law Ready*, cuyo objeto es capacitar a las pymes en materia de Derecho del consumo y ayudarlas a cumplir más fácilmente los requisitos legales a los que se encuentran sometidas. Ya se encuentra funcionando, en el portal e-Justicia de la Unión Europea, una nueva base de datos de legislación sobre consumo, en la que se ofrece acceso a las Directivas sobre la materia, en un futuro se prevé que se acceda a las normas nacionales que transponen las Directivas de consumo y a la jurisprudencia de los Estados miembros y del Tribunal de Justicia de la Unión Europea, así como a la práctica administrativa realizada en cada Estado miembro.

En este grupo de medidas no regulatorias, la Comisión ha previsto impulsar una iniciativa autorregulatoria por parte de las empresas sobre los principios fundamentales para una mejor presentación de la información a los consumidores, en la que se incluirán condiciones y cláusulas tipo utilizadas.

Igualmente, se está elaborando una Guía actualizada sobre la Directiva de cláusulas abusivas en los contratos. En ella se aclararán las cuestiones que se han planteado en la aplicación de la Directiva.

3. LA DEFENSA COLECTIVA DE LOS DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES

Junto a estas reformas, el Parlamento Europeo y el Consejo también han presentado una propuesta de Directiva relativa a las acciones de representación para la protección de los intereses colectivos de los consumidores⁷), que modificará la Directiva sobre acciones de cesación.

En ella se han previsto algunas modificaciones que modernizarán la posibilidad de ejercicio de las acciones de representación, basadas en la actual norma de acciones de cesación. Así, se permitirá defender los derechos de los consumidores a las organizaciones que tienen capacidad para representar los intereses colectivos de estos, en aquellos casos en los que una práctica comercial cause un perjuicio masivo.

Anteriormente, nos hemos referido a que todas estas propuestas han tenido en cuenta la nueva regulación contenida en el Reglamento de 2017 sobre cooperación entre las autoridades nacionales para la protección de los consumidores (CPC). Estas normas serán aplicables a partir de 20 de enero de 2020 y, desde ese momento, las autoridades nacionales dispondrán de un conjunto mínimo de facultades, se pondrá en marcha un nuevo procedimiento para abordar las violaciones generalizadas de la legislación de consumo y existirá un mejor sistema de

vigilancia y, en general, se verá reforzada la aplicación y la cooperación de las autoridades públicas.

Para ello, la Comisión se encuentra prestando asistencia a las autoridades nacionales de los Estados miembros para la adaptación de sus sistemas jurídicos a las normas contempladas en el Reglamento CPC. Se están desarrollando unas nuevas herramientas informáticas que permitirán que las autoridades nacionales y las partes interesadas puedan cooperar de manera eficiente e intercambiar información y alertas. Esta herramienta permitirá a las autoridades nacionales cooperar en la detección, la investigación y la interrupción de las prácticas comerciales que infrinjan el acervo en materia de consumo en operaciones comerciales transfronterizas. Igualmente, esta herramienta permitirá que las asociaciones de consumidores puedan enviar a la red CPC alertas sobre estas cuestiones.

III. EL CONSUMIDOR Y USUARIO EN LA CONTRATACIÓN REALIZADA EN ENTORNOS COLABORATIVOS

1. SUJETOS QUE INTERVIENEN EN LA CONTRATACIÓN REALIZADA EN ENTORNOS COLABORATIVOS: PRESTADOR DEL SERVICIO, USUARIOS Y PLATAFORMAS

En los últimos años nos encontramos asistiendo a la expansión del fenómeno denominado como consumo colaborativo o participativo, al que también se le conoce genéricamente como economía colaborativa.

La amplia aceptación de esta nueva forma de comercio ha tenido un profundo arraigo entre los ciudadanos, como demuestran los datos sobre su utilización, y quizá su implantación es merecedora de este éxito debido a la facilidad proporcionada por la red internet para la realización de las transacciones.

En principio, en estas páginas webs la contratación se realiza entre pares. Estos pares inicialmente, y por definición, deberían ser iguales. Si bien, las conexiones que se generan entre ellos se producen en planos distintos. En estas relaciones encontramos, por un lado, las transacciones que unen a los usuarios y a las plataformas y, de otro, aquellas que se producen entre los propios usuarios entre sí.

Desde siempre han existido relaciones entre particulares destinadas al intercambio de vivienda, al arrendamiento vacacional realizado sin habitualidad, a compartir vehículo y sus gastos para realizar determinados desplazamientos, etc. El problema es que hemos asistido a una potenciación de su uso y que se encuentra fundamentado en las facilidades técnicas que nos proporciona la red internet.

En este nuevo contexto es necesario dilucidar si en todos los casos nos encontramos ante el modelo de la economía compartida o nos hallamos ante un modelo de negocio que solo ha cambiado su forma de realización⁸).

El incremento de la utilización de la red internet para la formalización de transacciones a través de plataformas colaborativas ha sido especialmente relevante en el sector del alojamiento turístico y en el de transporte. Así, en el mercado se han situado algunas plataformas que tienen como finalidad poner de acuerdo a propietarios que desean ceder sus viviendas y a los demandantes de las mismas, a cambio de obtener una comisión⁹). Este mismo esquema se repite en materia de transporte, en el que a través de una plataforma, el conductor de un vehículo y la persona que necesita realizar un trayecto concreto, llegan a un acuerdo para que se materialice el traslado¹⁰). Si bien, en este último caso, los servicios se prestan bajo distintas modalidades, como se pone de manifiesto en el capítulo dedicado a esta materia contenido en esta misma obra.

La proliferación de estas plataformas ya llamó la atención de las autoridades europeas hace algunos años y el Comité Económico y Social Europeo elaboró un Dictamen acerca del consumo colaborativo¹¹), en el que requería a la Comisión Europea para que abordara este tema y lo incluyera en su agenda de trabajo.

El comité parte de un concepto de consumo colaborativo como una forma tradicional de compartir, intercambiar, prestar, alquilar y regalar. Por lo que considera que no es un concepto nuevo sino el rescate de una práctica en la que se utiliza la tecnología más moderna. Hasta el punto de afirmar que su utilización representa la tercera ola de Internet. Si bien, para su desarrollo es necesario que se genere una mayor confianza en el bien común, la capacidad ociosa y la tecnología.

En esta conexión que se produce en la red entre los que disponen de recursos infrautilizados y aquellos otros que tienen alguna necesidad sobre dichos recursos, debemos diferenciar entre las actividades realizadas sin ánimo de lucro de aquellas otras que sí persiguen una finalidad lucrativa. Sobre esta cuestión, el Comité entiende que solo los intercambios realizados en los que existe ánimo de lucro son los que deben merecer la atención del legislador.

La Comisión Europea, en junio de 2016, contestó al requerimiento realizado por el Comité Económico y Social Europeo y vio la luz su Comunicación sobre «Una agenda Europea para la Economía Colaborativa»¹²). La publicación de esta Comunicación fue muy bien aceptada por la doctrina y los operadores intermediarios en aquellos sectores en los que con mayor frecuencia se hacía uso de sus plataformas.

En aquel momento entendimos, y es una posición que seguimos manteniendo hoy, que este pronunciamiento de la autoridad Europea debería haber sido anterior en el tiempo, y que en el mismo se tendría que haber abordado algunos de los problemas que reclamaba la sociedad. Las cautelas que se derivan de su lectura, así como el trabajo realizado de análisis de la situación, nos permitieron aventurar que, en un breve espacio de tiempo, la Comisión se volvería a pronunciar sobre este tema y que adoptaría unas medidas más contundentes¹³). De hecho, en la introducción que se realiza en aquel documento ya advierte que se pronuncia sin perjuicio de otras iniciativas que sobre la materia pudiera realizar la propia Comisión en el futuro y la interpretación que pueda realizar el Tribunal de Justicia sobre este fenómeno.

La definición que adopta la Comisión sobre lo que se debe entender por economía colaborativa es muy significativa de esta posición tan prudente que ha decidido adoptar. Así, nos indica que a efectos de la Comunicación presentada se entiende por economía colaborativa *los modelos de negocio en los que se facilitan actividades mediante plataformas colaborativas que crean un mercado abierto para el uso temporal de mercancías o servicios ofrecidos a menudo por particulares*¹⁴).

La comisión ha diferenciado a tres grupos de agentes que intervienen en este tipo de negocios. En primer lugar, encontramos a los prestadores de servicios que comparten activos, recursos, tiempo y/o competencias. Estos se califican a su vez en dos categorías, según la forma en la que realicen los negocios. Así, si la actividad se realiza de manera ocasional, a los actores se les conceptúa como pares. En el supuesto de que la intervención se realice de forma profesional, nos encontramos ante prestadores de servicios profesionales.

En el segundo grupo, se localiza a los agentes que son calificados como usuarios de los servicios, verdaderos consumidores en sentido estricto. Por último, tenemos a los intermediarios, que son aquellos que a través de una plataforma en línea conectan a los prestadores con los usuarios y facilitan las transacciones entre ambos (plataformas colaborativas).

Actualmente, tanto la legislación de la Unión Europea como la española dedicada a los consumidores parte de la distinción entre estos y los comerciantes. Sin embargo, en las relaciones llevadas a cabo en el entorno de la economía colaborativa, esta consideración se desdibuja y comienza a ser difícil trazar la frontera que separa ambas figuras. En este contexto colaborativo las relaciones pueden ser entre empresas, empresas y consumidores, consumidores y empresas y, consumidores entre sí. Ello provoca que no se produzca la tradicional diferenciación entre empresa-consumidor, diluyéndose, por tanto, quien debe ser considerada como la parte débil en el contrato y, por tanto, digna de protección.

2. LA DIFÍCIL CALIFICACIÓN DEL PRESTADOR DE SERVICIOS. ¿CONSUMIDOR O PROFESIONAL?

En la legislación europea sobre consumo se entiende por comerciante a la persona que actúa con un propósito relacionado con su actividad económica, negocio, oficio o profesión, así como cualquiera –incluidos los consumidores– que actúan en nombre o por cuenta de un comerciante¹⁵).

En contraposición, se considera consumidor a la persona que actúa con un propósito ajeno a su actividad económica, oficio o profesión¹⁶).

En nuestro ordenamiento jurídico, el Texto Refundido de la Ley General para la defensa de los consumidores y usuarios, en adelante TRLGDCU, dispone en su artículo 3.º que son consumidores o usuarios, a los efectos de esta norma, y sin perjuicio de lo dispuesto en sus libros tercero y cuarto¹⁷), las personas físicas que actúan en un ámbito ajeno a una actividad comercial, empresarial o profesional. También se consideran consumidores a las personas jurídicas, y los entes sin personalidad jurídica, que actúen sin ánimo de lucro en un ámbito ajeno a una actividad comercial o empresarial.

Se considera empresario, según lo dispuesto en el artículo 4.º TRLGDCU, a las personas físicas y jurídicas que actúan con un propósito relacionado con su actividad comercial, empresarial, oficio o profesión. Esta actuación puede ser directa o a través de otra persona, en su nombre o siguiendo sus instrucciones.

Como se puede intuir, la distinción entre ambos sujetos no es baladí. Así, solo se aplicarán las normas sobre

consumo si alguna de las partes del contrato satisface con el bien o servicio una finalidad privada.

Esta diferenciación también conlleva la aplicación a los intervinientes en las transacciones en el marco de la economía colaborativa de las normas sobre los derechos y obligaciones de cada una de las partes. Es decir, de la elección del régimen jurídico aplicable a las relaciones comerciales. Así, las transacciones entre empresarios y consumidores en la economía colaborativa se regirán por las normas sobre prácticas comerciales, sobre cláusulas abusivas y las generales sobre derechos de los consumidores. Por el contrario, si las operaciones comerciales se realizan entre empresas, a estas le resultará de aplicación las normas sobre publicidad engañosa y publicidad comparativa.

Como resulta obvio, la legislación de la Unión Europea sobre consumidores se aplica a cualquier plataforma colaborativa que reúna las condiciones para ser considerada como empresario, y que realice prácticas comerciales frente a consumidores.

Sin embargo, encontramos más dificultades para la aplicación de las normas sobre consumo a los prestadores de servicios. Como hemos indicado, su actuación en el mercado puede ser de forma ocasional o, por el contrario, con un marcado carácter profesional. Esta situación genera ciertas dudas acerca de si actúan en dicho mercado como empresarios o particulares.

En cualquier caso, a aquellos prestadores de servicios que intervienen en el mercado con un propósito relacionado con su actividad económica, negocio, oficio o profesión, sin duda los podremos considerar como empresarios. Esta calificación les hace merecedores de someterse a la legislación sobre consumo¹⁸).

Sin embargo, si las prestaciones de servicios se realizan entre consumidores, en principio, las mismas se encuentran fuera del ámbito de aplicación de la legislación de consumidores.

En este punto surge el problema, debemos determinar qué condiciones debe cumplir el prestador de servicios para poder considerarse como empresario, cuando las relaciones de intercambio se realizan entre pares. La cuestión no tiene una respuesta unívoca, pues habrá de resolverse en cada caso concreto y de forma particularizada. Esta dicotomía es un problema común en la mayoría de las prestaciones de servicios que se realizan a través de plataformas de economía colaborativa¹⁹).

Por ello, sería deseable que en una futura regulación sectorial se disponga de unos umbrales que nos ayuden a determinar en qué casos nos encontramos ante un prestador ocasional y a partir de qué momento se puede empezar a calificar su actividad como profesional.

Hasta que no se apruebe una normativa sobre este particular, la Comisión Europea nos indica que para solucionar este inconveniente podemos recurrir a la Guía revisada sobre la Directiva de prácticas comerciales²⁰) y considera que en el ámbito de la economía colaborativa hay una serie de factores que pueden ser de ayuda para realizar la distinción entre estos sujetos. Si bien, advierte que ninguno de ellos por sí mismo es suficiente para que un prestador pueda calificarse como empresario

3. ALGUNOS CRITERIOS PARA DIFERENCIAR AL PRESTADOR DE SERVICIOS PROFESIONAL DE AQUEL QUE INTERVIENE EN EL MERCADO DE FORMA OCASIONAL

El deslinde entre ambas figuras podría realizarse sobre la base de la frecuencia con la que los prestadores ofrecen sus servicios. Así, cuanto menos actúen en el mercado más difícil será calificarlos como profesionales, mientras que si la actividad se realiza con cierta frecuencia podríamos considerarles como empresarios, pues este dato nos podría indicar que se encuentran actuando con un propósito relacionado con su actividad económica, negocio, oficio o profesión²¹).

La anterior cuestión, que como hemos indicado es una solución de política legislativa, puede no resultar conforme para todos aquellos prestadores que intervienen en los mercados de economía colaborativa, pues sus circunstancias no son equiparables. Así, resultaría más fácil en sectores regulados y, por el contrario, de una dificultad extrema en el resto de los mercados.

Otro de los parámetros que se pueden utilizar para dilucidar tan magna cuestión es el ánimo con el que el prestador actúa en la plataforma. Así, el fin lucrativo puede ser un indicio, de bastante consideración, para determinar si la transacción se puede calificar como mercantil. Por ello, quedarían fuera de esta calificación aquellas operaciones que se realizan a través de la plataforma colaborativa, pero que tienen como objeto el intercambio de activos o

competencias. En este último caso, la ausencia de ánimo de lucro nos lleva a concluir que el prestador no reúne las condiciones para ser considerado como comerciante. Se encontrarían dentro de este concepto los intercambios de viviendas en los que no medie precio alguno, los bancos de tiempo, o cualesquiera otras actividades que se oferten y se reciban sin que exista un intercambio monetario. No obstante, también se podrían considerar incluidos en esta clasificación aquellos operadores que reciben una contraprestación económica, siempre que la misma no suponga un beneficio de carácter económico, sino que interpretemos que constituye una compensación por los costes producidos.

El nivel de volumen de negocio también podría ser utilizado para concretar la posición en el mercado de estos prestadores de servicios. Así, cuanto mayor sea el volumen de negocios generado por el prestador, aunque proceda de una o más plataformas colaborativas, nos encontramos más cerca de poder afirmar que éste reúne los requisitos para ser considerado como un empresario. No obstante, en la utilización de este criterio debemos tener la cautela de analizar de dónde proviene el volumen de negocios total, si procede de la misma actividad o de actividades realizadas en distintas plataformas. En este último caso, la Comisión Europea considera que un importante volumen de negocio que provenga de diferentes actividades no nos puede llevar a afirmar de forma directa, que el prestador pueda ser calificado como comerciante. En este sentido, aunque nos parece razonable el planteamiento de la Comisión, debería definir los parámetros que utiliza al realizar estas afirmaciones. Pues, tal y como lo formula, desconocemos a cuánto debe ascender ese volumen de negocios para considerarlo como alto.

El Parlamento Europeo también se ha pronunciado sobre la economía colaborativa a través de un Informe emitido, en mayo de 2017, acerca del documento de la comisión sobre una Agenda Europea para la economía colaborativa²²).

El Parlamento considera la economía colaborativa como una oportunidad de crecimiento para la economía europea y subraya la necesidad de que la misma cuente con una regulación que contribuya a facilitar y promover su ejercicio, en lugar de restringirla.

En materia de consumidores, este órgano comparte la necesidad de que los consumidores gocen de un nivel elevado y efectivo de protección, con independencia de si los prestadores de los servicios son profesionales o pares. Resalta, no obstante, la importancia que reviste la protección de los consumidores cuando las operaciones se realizan entre pares y, reconoce que la autorregulación podría ser un método útil y eficaz para ofrecerles protección.

Del mismo modo, el Parlamento Europeo considera que cualquier tipo de regulación que se pueda acometer debe tener muy presente la capacidad de autogestión que han demostrado las plataformas y los mecanismos de revisión inter pares, pues ambos están resultando muy eficaces al tener en cuenta la satisfacción de los consumidores con respecto a los servicios colaborativos. Las plataformas podrían desempeñar un papel activo en el entorno regulador, corrigiendo entre otras la información asimétrica, utilizando para ello los mecanismos de reputación digitales dirigidos a reforzar la confianza de los usuarios²³).

4. UN APUNTE NECESARIO ACERCA DE LOS CONCEPTOS DE CONSUMIDOR Y «PROSUMIDOR»

Como hemos adelantado, la Comisión distingue a varios agentes que intervienen en los negocios colaborativos. El consumidor y usuario de los servicios, a los que podemos conceptualizar fácilmente, aun cuando el ámbito de protección europeo y el que le ofrece nuestro Ordenamiento jurídico no es homogéneo²⁴).

De otro lado se localizan los prestadores de servicios, su actuación en el mercado puede realizarse de forma ocasional o, por el contrario, de forma profesional.

Estos prestadores son los que reclaman nuestra atención, pues a algunos de ellos se les ha empezado a calificar bajo el término de prosumidor. Debemos adelantar que entendemos que esta calificación es del todo errónea, ya que estas personas que intermedian en el mercado, si lo hacen de forma habitual, deben ser considerados como empresarios.

El asentamiento del término prosumidor para referirse al particular que opera de forma habitual en el mercado, como operador y como consumidor, a través de una plataforma, supondría el reconocimiento de un régimen económico específico y especial para quien de forma habitual interviene en el mercado ofreciendo sus bienes y realizando, por tanto, una actividad mercantil²⁵).

En efecto, el artículo primero del Código de Comercio dispone que tienen la consideración de comerciantes, los que, teniendo capacidad legal para ejercer el comercio, se dedican a él habitualmente. En este mismo texto legal, en su artículo tercero, se recoge la presunción legal del ejercicio habitual del comercio. Así, se considerará que se cumple

esta premisa desde que la persona que se proponga ejercerlo se anuncie a través de cualquier modo.

No hay duda de que la publicidad que se realiza en la plataforma y la actividad ejercida por el propietario del bien, si se realiza con habitualidad, se enmarcaría dentro del concepto de empresario.

Queda, por tanto, que el legislador se pronuncie acerca de qué se puede considerar por habitualidad cuando la actividad la realiza un particular, para lo que utiliza un bien sobre el que ostenta su disposición.

En este sentido, las normas autonómicas que regulan las viviendas turísticas para definir el ámbito de aplicación de las mismas, han establecido unos umbrales mínimos de actividad aplicables a aquellos que operan en este sector turístico, sin distinguir si se trata de una actividad profesional o no, y las obligaciones que en ellas se imponen parecen razonables para poder ser cumplidas.

También es habitual encontrar de forma explícita, en el ámbito de aplicación de estas normas, la necesidad de que la actividad se realice a cambio de una contraprestación y con una cierta habitualidad en la cesión de la vivienda, y su publicidad en los canales adecuados. Notas, todas ellas, que caracterizan la realización de una actividad mercantil.

Una nueva categoría de empresario solo nos llevaría a tener que dilucidar en cada caso concreto si debemos aplicar las normas mercantiles, lógicamente adaptadas y adecuadas al volumen de la actividad empresarial que el sujeto desarrolla en el mercado²⁶). En cualquier caso, entendemos que quienes actúan así en el mercado no pueden ser considerados consumidores.

IV. BIBLIOGRAFÍA

ALARCÓN SEVILLA, V., «Los datos personales de los usuarios en la economía colaborativa: ¿protección o negocio?», en *Retos jurídicos de la economía colaborativa en el contexto digital*, (Dir. R. Alfonso Sánchez y J. Valero Torrijos), Aranzadi, Cizur Menor, 2016, págs. 119-136.

ALFONSO SÁNCHEZ, R., «La controvertida cuestión reguladora en la economía colaborativa», en *Retos jurídicos de la economía colaborativa en el contexto digital*, (Dir. R. Alfonso Sánchez y J. Valero Torrijos), Aranzadi, Cizur Menor, 2016, págs. 137-175.

ALFONSO SÁNCHEZ, R. y BURILLO SÁNCHEZ, J., «La economía llamada “colaborativa”», en *Retos jurídicos de la economía colaborativa en el contexto digital*, (Dir. R. Alfonso Sánchez y J. Valero Torrijos), Aranzadi, Cizur Menor, 2016, págs. 49-72.

BAUZÁ MARTORELL, F.J., «Régimen jurídico administrativo aplicable al usuario final de servicios turísticos contratados a través de central electrónica de reservas», *Actualidad Administrativa*, núm. 5, 2015, (La Ley 1680/2015).

BENAVIDES VELASCO, P., «Estrategias regulatorias para abordar los problemas de explotación de las viviendas turísticas ofertadas a través de plataformas colaborativas (el caso de la Comunidad Autónoma de Andalucía)», en *Viviendas vacacionales ¿economía colaborativa o negocio especulativo?*, (Dir. F. García Rubio, I. González Cabrera y M^a P. Rodríguez González), Dykinson, Madrid, 2019, en prensa.

-«La nueva regulación sobre la contratación de viviendas con fines turísticos» en *Retos y tendencias del derecho de la contratación mercantil*, (Dir. L.M.^a Miranda Serrano y J. Pagador López), (Coords. J.M. Serrano Cañas y A. Casado Navarro), Marcial Pons, Madrid, 2017, págs. 151-166.

BOQUERA MATARREDONDA, J., «El seguro de transporte en la economía colaborativa», en *Un derecho del seguro más social y transparente*, (J. Bataller Grau y M^a J. Peñas Moyano), Civitas, Cizur Menor, 2017, págs. 157 y ss.

FERNÁNDEZ PÉREZ, N., «Turismo P2P o colaborativo: un reto para el ordenamiento jurídico», *International Journal of Scientific Management and Tourism*, Vol. 2, núm. 2, 2016, págs. 111-127.

GARCÍA SAURA, P.J., «Sustainability and social responsibility in the regulation and management of collaborative hosting in big cities. Overview of the legal framework for the housing for tourism use», en *Sustainable Tourism Law*, (V. Franceschelli, F. Morandi y C. Torres), Eshte/Inatel, Estoril/Lisboa, Portugal, 2018, págs. 281-302.

- GIMENO BEIVÁ, V., «El aseguramiento en las viviendas de uso turístico», *Revista de Estudios Europeos*, núm. 70, 2017, págs. 98-110.
- GÓMEZ LOZANO, M.^a M., «Contratos turísticos», en *Contratos Mercantiles* (Dir. Bercovitz Rodríguez-Cano, A.), Aranzadi, Cizur Menor, 2013, págs. 714-786.
- GONZÁLEZ CABRERA, I., «¿La necesaria regulación “ad hoc” de las viviendas vacacionales? El caso de Canarias», *Revista internacional de Derecho del Turismo. RIDETUR*, Vol. 2, núm. 1, 2018, págs. 23-54.
- «La economía colaborativa: del intercambio entre pares a una nueva economía de mercado», *Revista de Derecho Mercantil*, núm. 309, 2018.
- «Los principios de unidad de explotación y de uso exclusivo turístico, requisitos favorecedores para la explotación del establecimiento alojativo en régimen de condohotel», en *I Foro Internacional de Turismo, Maspalomas Costa Canaria*, (Coord. Benítez del Rosario, J.M.; González Molina, A. y Breede Eyzaguirre, C.), 2013, págs. 777-801.
- GONZÁLEZ CABRERA, I. y FONTICIELLA HERNÁNDEZ, B., «La doble condición del turista que utiliza las viviendas vacacionales en Canarias», *Diario La Ley*, 18 de septiembre de 2018. (LA LEY 8168/2018).
- GONZÁLEZ FERNÁNDEZ, M.^a B., «Alojamiento y Viviendas de uso turístico», en *Economía Colaborativa*, Cuadernos de Derecho para Ingenieros X, Cuaderno 46 (Dir. R. Escudero Gallego y S. Martínez Garrido), (Coord. J. I. Peinado Gracia), Wolters Kluwer, Madrid, 2018, págs. 151-167.
- GONZÁLEZ JIMÉNEZ, P.M., «La oferta de viviendas de uso turístico a través de plataformas colaborativas: reflexiones desde el derecho de la competencia desleal», *Revista de Estudios Europeos*, núm. 70, 2017, págs. 111-126.
- HERRERO SUÁREZ, C., «Las viviendas de uso turístico. ¿El enemigo a abatir?. Reflexiones sobre la normativa autonómica en materia de alojamientos turísticos», *Revista de Estudios Europeos*, núm. 70, 2017, págs. 150-162.
- «La economía colaborativa en el sector del alojamiento turístico», en *Retos y tendencias del derecho de la contratación mercantil*, (Dir. L.M.^a Miranda Serrano y J. Pagador López), (Coords. J.M. Serrano Cañas y A. Casado Navarro, A.), Marcial Pons, Madrid, 2017, págs. 145-158.
- MÁRQUEZ LOBILLO, P., «El consumidor en la contratación electrónica de servicios turísticos», *Revista de Derecho Mercantil*, núm. 282, 2011, págs. 209-242.
- MARTÍN MORAL, M.^a F., «Economía colaborativa y protección del consumidor», *Revista de Estudios Europeos*, núm. 70, 2017, págs. 185-203.
- «Economía colaborativa y consumidores», en *La regulación de la economía colaborativa (Airbnb, Blabacar, Uber y otras plataformas)*, (Dir. J.J. Montero Pascual), Tirant lo Blanch, Valencia, 2017, págs. 195-233-
- MIRANDA SERRANO, L. M.^a, «La determinación de la naturaleza jurídica de los servicios que prestan las plataformas digitales en la economía colaborativa. Reflexiones al hilo de la STJUE de 20 de diciembre de 2017 sobre Uber», *LA LEY mercantil*, núm. 50, Septiembre 2018, (LA LEY 11295/2018).
- «Economía colaborativa y competencia desleal. ¿Deslealtad por violación de normas a través de la prestación de servicios facilitados por plataformas digitales?», *Revista de Estudios Europeos*, núm. 70, 2017, págs. 204-260.
- MONTERO PASCUAL, J.J., «La regulación de la economía colaborativa», en *La regulación de la economía colaborativa (Airbnb, Blabacar, Uber y otras plataformas)*, (Dir. J.J. Montero Pascual), Tirant lo Blanch, Valencia, 2017, págs. 23-65.
- MUÑOZ PÉREZ, A.F., «Economía colaborativa y consumidores», en *La regulación de la economía colaborativa (Airbnb, Blabacar, Uber y otras plataformas)*, (Dir. J.J. Montero Pascual), Tirant lo Blanch, Valencia, 2017, págs. 195- 233.
- OLMEDO PERALTA, E., «Competencia dentro de las plataformas de economía colaborativa: posibles prácticas restrictivas de los mal llamados “prosumidores”», en *Viviendas vacacionales ¿economía colaborativa o negocio especulativo?*, (Dir. F. García Rubio, I. González Cabrera y M.^a P. Rodríguez González), Dykinson, Madrid, 2019, en

prensa.

«Liberalizar el transporte urbano de pasajeros para permitir la competencia más allá de Taxis y VTC: una cuestión de política de la competencia», *Revista de Estudios Europeos*, núm. 70, julio-diciembre 2017, pp. 261-294.

ORTIZ VIDAL, M.^a D., «La economía colaborativa en la Unión Europea: un fenómeno tan popular como controvertido», en *Retos jurídicos de la economía colaborativa en el contexto digital*, (Dir. R. Alfonso Sánchez y J. Valero Torrijos), Aranzadi, Cizur Menor, 2016, págs. 73-93.

PEINADO GRACIA, J.I. y MÁRQUEZ LOBILLO, P., «Los contratos turísticos», en *Derecho Mercantil. Contratación mercantil*, (Coords. Jiménez Sánchez, G. y Díaz Moreno, A.), Vol. 5.º, Marcial Pons, Madrid, 2013, págs. 351-423.

ROBLES MARTÍN-LABORDA, A., «La Sentencia del TSJM sobre las viviendas de uso turístico: las Administraciones Públicas contra la competencia, la innovación y los consumidores», disponible en <http://derechocompetencia.blogspot.de/2016/06/la-sentencia-del-tsjm-sobre-las.html>.

VELASCO SAN PEDRO, L.A., «El transporte colaborativo *Hic et Nunc* », *Revista de Estudios Europeos*, núm. 70, 2017, págs. 407-424.

– «El consumo colaborativo en el transporte de personas», *Diario La Ley*, núm. 8601, 9 de septiembre de 2015, (La Ley 5390/2015).

*

Este trabajo se ha realizado en el marco de los Proyectos de Investigación "TERMITUR: Diccionario inteligente TERMIInológico para el sector TURístico (alemán-inglés-español)", HUM2754, 2014-2018, Proyecto de Excelencia de la Junta de Andalucía, I.P.: G.Corpas Pastor y "Retos en la aplicación del Derecho Europeo de la competencia", PPIT.UMA.B1.2017/19, I.P.: E. Olmedo Peralta. La autora quiere mostrar su agradecimiento al Max Planck Institute for Innovation and Competition de Múnich por poner todos los fondos bibliográficos a su disposición durante la estancia realizada en el verano de 2018.

1

Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo y al Comité Económico y Social Europeo, «Un nuevo marco para los consumidores», Documento COM (2018) 183 final, Bruselas 11 de abril de 2018.

2

Propuesta de Directiva del Parlamento Europeo y del Consejo por la que se modifican la Directiva 83/13/CEE del Consejo, de 5 de abril de 1993, la Directiva 98/6/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, la Directiva 2005/29/CE del Parlamento Europeo y del Consejo y la Directiva 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 UE, Documento COM (2018) 185 final, de 11 de abril de 2018.

3

Reglamento (UE) 2017/2394 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 12 de diciembre de 2017, sobre la cooperación entre las autoridades nacionales responsables de la aplicación de la legislación en materia de protección de los consumidores y por el que se deroga el Reglamento (CE) n.º 2006/2004, DOUE L 345, de 27 de diciembre de 2017. En adelante, Reglamento CPC.

4

Sobre estos datos resulta muy clarificador consultar los resultados contenidos en los documentos de trabajo acerca del control de adecuación REFIT de la legislación de la Unión Europea sobre consumidores y comercialización, publicado el 23 de mayo de 2017, Documentos SWD (2017) 208 final y SWD (2017) 209 final.

5

En el Reglamento CPC se han definido estas infracciones generalizadas como prácticas ilícitas que afecten, como mínimo, a tres Estados miembros. Junto a ella, se contemplan las infracciones generalizadas con dimensión en la Unión. Entre ellas se encuentran aquellas prácticas que perjudican a una gran mayoría de los consumidores de la Unión Europea, cifrándola en dos tercios de los Estados, o que representen, como mínimo, conjuntamente, dos tercios de la población de la Unión.

6

Sobre la explotación de los datos personales en el entorno de la economía colaborativa, ALARCÓN SEVILLA, V., «Los datos personales de los usuarios en la economía colaborativa: ¿protección o negocio?», en *Retos jurídicos de la economía colaborativa en el contexto digital*, (Dir. R. Alfonso Sánchez y J. Valero Torrijos), Aranzadi, Cizur Menor, 2016, págs. 119 y ss.

7

Propuesta de Directiva del Parlamento Europeo y del Consejo relativa a las acciones de representación para la protección de los intereses colectivos de los consumidores y por la que se deroga la Directiva 2009/22/CE, Documento COM (2018) 184 final, de 11 de abril de 2018.

8

En este sentido, refiriéndose al sector del alojamiento, podemos consultar el trabajo de FERNÁNDEZ PÉREZ, N., «Turismo P2P o colaborativo: un reto para el ordenamiento jurídico», *International Journal of Scientific Management and Tourism*, Vol. 2, núm. 2, 2016, pág. 113. En el ámbito del transporte, *vid.*, OLMEDO PERALTA, E., «Liberalizar el transporte urbano de pasajeros para permitir la competencia más allá de taxis y VTC: una cuestión de política de la competencia», *Revista de Estudios Europeos*, núm. 70, julio-diciembre, 2017, págs. 268 y ss.

9

La plataforma más conocida entre los usuarios españoles en materia de alojamiento es Airbnb, empresa intermediaria que lleva funcionando en el mercado desde el año 2008. Según los datos que la propia compañía proporciona, cuentan con más de cuatrocientos millones de huéspedes, con cinco millones de anuncios de casas en todo el mundo y se encuentran presentes en 191 países. Datos obtenidos en <http://www.airbnb.es>.

10

En materia de transporte, las plataformas más conocidas en España continúan siendo Blablacar, Uber y Cabifay.

11

Comité Económico y Social Europeo: «Consumo colaborativo o participativo: un modelo de sostenibilidad para el Siglo XXI», Diario Oficial de la Unión Europea, Serie C-177, de 11 de junio de 2014.

12

Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones: «Una Agenda Europea para la Economía Colaborativa», Documento COM (2016) 356 final, Bruselas, 2 de junio de 2016.

13

En este sentido, *vid* nuestro trabajo en BENAVIDES VELASCO, P., «La nueva regulación sobre la contratación de viviendas con fines turísticos» en *Retos y tendencias del derecho de la contratación mercantil*, (Dir. L.M.^a Miranda Serrano y J. Pagador López), (Coords. J.M. Serrano Cañas y A. Casado Navarro), Marcial Pons, Madrid, 2017, págs. 151-166.

14

Sobre la controvertida definición de economía colaborativa en la Unión Europea, ORTIZ VIDAL, M.^a D., «La economía colaborativa en la Unión europea: un fenómeno tan popular como controvertido», en *Retos jurídicos de la economía colaborativa en el contexto digital*, (Dir. R. Alfonso Sánchez y J. Valero Torrijos), Aranzadi, Cizur Menor, 2016, págs. 76 y ss.

15

Esta es la definición de comerciante que nos proporciona el artículo 2.º, b) de la Directiva 2005/29/CE, sobre prácticas comerciales desleales. En el mismo sentido, el artículo 2.º, 2.2 de la Directiva 2011/83/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de octubre de 2011, sobre los derechos de los consumidores

16

Vid., artículo 2.º a) de la Directiva 2005/29/CE y artículo 2.º, 2.2. de la Directiva 2011/83/UE.

17

Como es sabido, en estos Libros se excluyen expresamente de este concepto de consumidor aquello que hace referencia a la responsabilidad por bienes o servicios defectuosos –Libro Tercero- y a los viajes combinados –Libro cuarto-.

A las relaciones entre empresas y consumidores, además de las normas sobre consumo, le resultan de aplicación aquellas adoptadas en virtud de la Directiva sobre prácticas comerciales desleales. *Vid.*, también sobre este particular, ALFONSO SÁNCHEZ, R., «La controvertida cuestión reguladora en la economía colaborativa», en *Retos jurídicos de la economía colaborativa en el contexto digital*, (Dir. R. Alfonso Sánchez y J. Valero Torrijos), Aranzadi, Cizur Menor, 2016, págs. 162-164.

En el sector del alojamiento colaborativo, *vid.*, HERRERO SUÁREZ, C., «Las viviendas de uso turístico. ¿El enemigo a abatir?. Reflexiones sobre la normativa autonómica en materia de alojamientos turísticos», *Revista de Estudios Europeos*, núm. 70, 2017, págs. 150 y ss., y en «La economía colaborativa en el sector del alojamiento turístico», en *Retos y tendencias del derecho de la contratación mercantil*, (Dir. L.M.^a Miranda Serrano y J. Pagador López), (Coords. J.M. Serrano Cañas y A. Casado Navarro, A.), Marcial Pons, Madrid, 2017, págs. 145 y ss.; GONZÁLEZ CABRERA, I., «La economía colaborativa: del intercambio entre pares a una nueva economía de mercado», *Revista de Derecho Mercantil*, núm. 309, 2018, y en «¿La necesaria regulación “ad hoc” de las viviendas vacacionales? El caso de Canarias», *Revista internacional de Derecho del Turismo. RIDETUR*, Vol. 2, núm. 1, 2018, págs. 23 y ss.; BENAVIDES VELASCO, P., «La nueva regulación sobre la contratación de viviendas con fines turísticos», en *loc. cit.* y en «Estrategias regulatorias para abordar los problemas de explotación de las viviendas turísticas ofertadas a través de plataformas colaborativas (el caso de la Comunidad Autónoma de Andalucía)», en *Viviendas vacacionales ¿economía colaborativa o negocio especulativo?*, (Dir. F. García Rubio, I. González Cabrera y M^a P. Rodríguez González), Dykinson, Madrid, 2019, en prensa; GONZÁLEZ FERNÁNDEZ, M^a B., «Alojamiento y Viviendas de uso turístico», en *Economía Colaborativa*, Cuadernos de Derecho para Ingenieros X, Cuaderno 46 (Dir. R. Escudero Gallego y S. Martínez Garrido), (Coord. J. I. Peinado Gracia), Wolters Kluwer, Madrid, 2018, págs. 151 y ss. En el sector de transporte: VELASCO SAN PEDRO, L.A., «El transporte colaborativo *Hic et Nunc*», *Revista de Estudios Europeos*, núm. 70, 2017, págs. 407 y ss. y en «El consumo colaborativo en el transporte de personas», *Diario La Ley*, núm. 8601, 9 de septiembre de 2015, (La Ley 5390/2015); MIRANDA SERRANO, L.M.^a, «La determinación de la naturaleza jurídica de los servicios que prestan las plataformas digitales en la economía colaborativa. Reflexiones al hilo de la STJUE de 20 de diciembre de 2017 sobre Uber», *LA LEY mercantil*, núm. 50, septiembre 2018, (LA LEY 11295/2018); OLMEDO PERALTA, E., «Liberalizar el transporte urbano de pasajeros para permitir la competencia más allá de taxis y VTC...», en *loc. cit.*, entre otros.

Guía para la implementación/aplicación de la Directiva 2005/29/CE relativa a las prácticas comerciales desleales que acompaña al documento Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y social Europeo y al Comité de las Regiones «Un enfoque global dirigido a estimular el comercio electrónico transfronterizo para la empresas y los ciudadanos europeos», Documento SWD (2016) 163 final, Bruselas 25 de mayo de 2016.

Así, se ha indicado que en el sector del transporte podrían establecerse unos parámetros objetivos tales como la limitación de viajes por períodos de tiempo para poder ser considerado conductor no profesional, VELASCO SAN PEDRO, L.A. «El consumo colaborativo en el transporte de personas», *Diario La Ley*, núm. 8601, 9 de septiembre de 2015, (La Ley 5390/2015) .

Parlamento Europeo, Informe sobre una Agenda Europea para la economía colaborativa (2006/0000(INI)), A8-0195/2017, de 11 de mayo de 2017, PE595.756v02-00.

Sobre estas cuestiones, *vid.* el trabajo de OLMEDO PERALTA, E., «Competencia dentro de las plataformas de economía colaborativa: posibles prácticas restrictivas de los mal llamados “prosumidores”», en *Viviendas vacacionales ¿economía colaborativa o negocio especulativo?*, (Dir. F. García Rubio, I. González Cabrera y M^a P. Rodríguez González), Dykinson, Madrid, 2019, en prensa.

En este sentido, *vid.*, MUÑOZ PÉREZ, A.F., «Economía colaborativa y consumidores», en *La regulación de la economía colaborativa (Airbnb, Blabacar, Uber y otras plataformas)*, (Dir. J.J. Montero Pascual), Tirant lo Blanch, Valencia, 2017, págs. 195 y ss.

Ya nos pronunciamos en este sentido en BENAVIDES VELASCO, P., «La nueva regulación sobre la contratación de viviendas con fines turísticos», en *loc. cit.*, pág. 163. En este sentido, también, GONZÁLEZ CABRERA, I., «La economía

colaborativa: del intercambio entre pares...», en *loc. cit.*

26

MONTERO PASCUAL, J.J., «La regulación de la economía colaborativa», en *La regulación de la economía colaborativa (Airbnb, Blabacar, Uber y otras plataformas)*, (Dir. J.J. Montero Pascual), Tirant lo Blanch, Valencia, 2017, pág. 52, propone que se adecuen las obligaciones tributarias y de seguridad social a este nuevo modelo productivo, simplificándose las declaraciones y registros. En el mismo sentido, apunta que de estos trámites se pudieran encargar las plataformas mediadoras.