Índice

Abreviaturas 19

Prólogo 23

Prefacio 27

Introducción 31

PRIMERA PARTE FUNDAMENTOS DE LA ECONOMÍA COLABORATIVA

CAPÍTULO I

Hacia un concepto de economía colaborativa 41

1. Heterogeneidad semántica 41
2. Carácter dinámico 45
3. Nuestra propuesta de definición 50
4. Ubicación sistemática 50
5. Estructura subjetiva 53

CAPÍTULO II

Origen y evolución 55

1. Supuesta novedad e innovación 55
2. Causas compartidas con la economía digital 57
   - 2.1. Nuevas TIC 59
   - 2.2. Crisis del sistema económico tradicional 61
   - 2.3. Asimetría informativa 63
   - 2.4. Costes de actividad 68
3. Causas propias de la economía colaborativa 71
   - 3.1. Motivación económica 72

3.2. Motivación moral 73
3.3. Motivación social 75

CAPÍTULO III
Elementos identificativos 77
1. Mercados multilaterales 78
2. Intermediación de plataformas digitales 86
3. Prestador no profesional 92
3.1. Contexto histórico: desde y hacia el prosumidor 93
3.2. El prosumidor en el ordenamiento jurídico vigente 96
3.2.1. Estructura de la contratación y régimen jurídico aplicable . 103
3.2.2. La intermediación como supuesto particular 107
3.3. El prosumidor como elemento de la economía colaborativa 110
3.4. Umbrales de separación entre prosumidor y profesional 117
3.4.1. Frecuencia de los servicios 118
3.4.2. Fin lucrativo 120
3.4.3. Volumen de negocio 122
3.4.4. Aplicación práctica 123
3.5. Compatibilidad de la estructura propuesta en el sistema vigente ... 126
4. Empleo de recursos infrautilizados 128
5. Acceso temporal a bienes y servicios 137
6. La cuestión del altruismo 146

CAPÍTULO IV
Consolidación y deslinde del concepto 157
1. En busca de la homogeneidad conceptual 157
2. Distinción con figuras relacionadas 161
2.1. Economía digital directa 161
2.2. Economía digital intermediada 163

SEGUNDA PARTE PLATAFORMAS COLABORATIVAS

CAPÍTULO V
Identificación de las plataformas colaborativas 169
1. Justificación de la distinción 170

2. Criterios de identificación 173
2.1. Criterios relevantes 175
2.1.1. Determinación del precio y control del pago 177
2.1.2. Fijación de términos y condiciones 179
2.1.3. Titularidad de activos clave, sufragio de gastos y asunción de riesgos 183
2.1.4. Relación de dependencia laboral 187
2.1.5. Imagen y técnicas de mercadeo 197
2.2. Criterios no determinantes 199

CAPÍTULO VI
Naturaleza jurídica de la actividad de las plataformas 201
1. Calificaciones doctrinales propuestas 209
1.1. Agencia 211
1.2. Corretaje 217
1.3. Contrato de intermediación digital 225
2. Plataformas y servicios de la sociedad de la información 227
2.1. Fundamento del régimen especial 233
2.2. Normativa aplicable 233
2.3. Autorización previa 234
2.4. Restricciones a la libre prestación de servicios 236
2.5. Competencia jurisdiccional 237

CAPÍTULO VII
Obligaciones 239
1. Obligaciones derivadas de su actuación como mediadora 240
1.1. Mediación 240
1.2. Seguimiento de instrucciones 244
1.3. Diligencia, lealtad y buena fe 245
1.4. Reserva 247
1.5. Información 248
1.5.1. Información como mediadora 248
1.5.2. Información como profesional en una relación de consumo 252
1.5.3. Información como plataforma colaborativa 256
1.6. Asesoramiento 258

1.7. Independencia e imparcialidad 259
1.8. Rendición de cuentas 262
1.9. Garantía de identidad y capacidad 263
2. Obligaciones derivadas de su condición de prestadora de servicios de la sociedad de la información 266
2.1. Deberes estructurales 267
2.2. Deberes en la relación con los usuarios 268

CAPÍTULO VIII
Responsabilidad 271
1. Responsabilidad como mediadora 271
1.1. Daños en la relación con sus usuarios 271
1.2. Daños en la relación subyacente 274
2. Responsabilidad como alojadora de datos 282

TERCERA PARTE DELIMITACIÓN JURÍDICA DE LA ECONOMÍA COLABORATIVA

CAPÍTULO IX
Economía colaborativa y Derecho de la Competencia 289
1. Estado de la cuestión 291
2. Plataformas colaborativas y Competencia Desleal 294
3. Incumplimiento del deber de información como práctica comercial desleal 300

CAPÍTULO X
Delimitación del modelo colaborativo mediante la Competencia Desleal 309
1. Condición del prestador de la relación subyacente 311
1.1. Omisión de informar la condición del prestador 321
1.2. Omisión de advertir la no aplicación de la normativa de consumo 325
1.3. Afirmación falsa de que un profesional actúa como consumidor... 327
1.4. Afirmación engañosa de que un consumidor actúa como profesional 330
2. Objeto de la relación subyacente 335
2.1. Omisión de informar las características esenciales del objeto..... 340
2.2. Comunicación engañosa de las características del objeto 342

CAPÍTULO XI

Mecanismos de reacción frente a prácticas comerciales desleales 345

1. Acciones concurrenciales en materia de economía colaborativa 351
2. Medidas correctoras individuales no transpuestas 357
3. Ejercicio colectivo de las acciones 360
4. Publicación de la sentencia y declaración rectificadora 365

CAPÍTULO XII

La autorregulación como instrumento de consolidación de la economía colaborativa. 367

1. Códigos de conducta y afectación de la competencia 375
2. Incumplimiento del código de conducta como acto de engaño 378
3. Acciones en materia de autorregulación 384

Epílogo 389

Bibliografía 391

Índice de jurisprudencia 419

Índice de instrumentos normativos 423

Normativa interna española 423

Normativa de la UE 425

Otros instrumentos 427