

ECONOMÍA COLABORATIVA Y PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR¹

María Flora MARTÍN MORAL
Universidad de Valladolid.

Resumen: La irrupción de la economía colaborativa quiebra la tradicional relación entre empresario-consumidor, planteando dudas acerca de la aplicabilidad del Derecho de consumo. En el presente trabajo se realiza un análisis sobre la protección de los derechos del consumidor en el marco estos nuevos modelos de negocio, tanto en sus relaciones con las plataformas colaborativas, como en las relaciones con los prestadores de servicios profesionales y particulares.

Palabras clave: economía colaborativa, consumidor, plataformas colaborativas, prestador de servicios profesional, prestador de servicios no profesional

Summary: The arrival of the collaborative economy breaks the traditional relation between entrepreneur and consumer, and it creates doubt about the application of consumption law. This paper analyzes the protection of consumer rights in their relations with both collaborative platforms and service providers, being those professionals or private individuals.

Keywords: collaborative economy, consumer, collaborative platforms, professional services providers, non-professional services providers

Sumario: 1. INTRODUCCIÓN. 2. LOS AGENTES QUE INTERVIENEN EN LA ECONOMÍA COLABORATIVA. UNA PARTICULAR ALUSIÓN AL CONSUMIDOR. 3. LA PROTECCIÓN DE LOS CONSUMIDORES FRENTE A LAS PLATAFORMAS COLABORATIVAS. 3.1. Controles de acceso a las plataformas colaborativas. 3.2. Condiciones generales de uso. 3.3. Códigos de conducta. 3.4. Métodos seguros de pago. 3.5. Ofrecimiento de garantías. 3.6. Los sistemas de evaluación. 3.7. La resolución de conflictos. 4. LA PROTECCIÓN DE LOS CONSUMIDORES FRENTE A LOS PRESTADORES DE SERVICIOS. 4.1. Prestador de servicios profesional vs. prestador de servicios particular. 4.2. La protección del consumidor en las relaciones C2C y B2C. 5. CONCLUSIONES. Notas bibliográficas

1. INTRODUCCIÓN

El artículo 51 de la Constitución Española llama a los poderes públicos a garantizar “la defensa de los consumidores y usuarios”. En nuestro ordenamiento jurídico, tal protección se plasma principalmente en el Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias (TRLGDCU), que refunde en un solo texto la antigua Ley 26/1984, de 19 de julio, General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y las normas de transposición de las directivas comunitarias dictadas en materia de protección de los consumidores y usuarios.

¹ Este trabajo está realizado en el marco del Proyecto de Investigación del MICINN “DER2014-58774-R Competencia y distribución: Nuevos retos en la sociedad globalizada y en contextos de crisis económica”.

Tanto nuestras normas internas de consumo, como las de la Unión Europea, están dirigidas a la protección del consumidor en el marco de las relaciones de consumo tradicionales. En este sentido, el artículo 2 TRLGDCU, al describir el ámbito de aplicación de la norma, afirma que ésta regirá únicamente las relaciones entre consumidores y usuarios y empresarios. Asimismo, el artículo 1 de la Directiva 2011/83/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de octubre de 2011, sobre los derechos de los consumidores (Directiva sobre los derechos de los consumidores), afirma tener por objeto proporcionar un nivel elevado de protección de los consumidores en los contratos celebrados con comerciantes. Nótese como ambas normas dejan fuera de su ámbito la participación del consumidor o usuario en otros modelos de negocio, donde la figura del empresario queda desdibujada.

La “economía colaborativa”, en palabras de la Comisión Europea, abarca aquellos “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”². En dichas actividades, la frontera entre consumidores y empresarios no resulta clara, dando lugar a relaciones multilaterales entre empresarios, empresarios y consumidores, consumidores y empresarios, y consumidores entre sí³, que nuestro Derecho de Consumo en parte ignora.

La Comisión de Mercado Interior y Protección del Consumidor, “considera que, si se desarrolla de forma responsable, la economía colaborativa puede brindar importantes oportunidades a los ciudadanos y a los consumidores, que se beneficiarían de una mayor competencia, servicios personalizados y precios más bajos”, mas no deja de expresar su preocupación por el riesgo de que se menoscabe la protección de los consumidores⁴.

Es de suma importancia la adaptación de las normas a esta nueva realidad jurídica, tanto a nivel estatal, como comunitario, dado el carácter transfronterizo de la mayor parte de las actividades en cuestión. El Comité Económico y Social Europeo destaca, entre otros, como ámbitos prioritarios de actuación, “a) la protección de los derechos de los socios que intervienen en la economía colaborativa, incluido el *prosumidor*⁵, con la adaptación a estas relaciones de todo el acervo de la UE en vigor en materia de derechos de los consumidores, en especial las disposiciones sobre cláusulas abusivas, las prácticas comerciales desleales, la salud y la seguridad y el comercio electrónico”; y “b) los derechos fundamentales de los ‘consumidores’ que se le deban hacer extensibles (información, transparencia, protección de los datos y la privacidad, salud y seguridad)”⁶.

² Comisión Europea (2.6.2016): *Comunicación al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Científico Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones sobre una Agenda Europea para la economía colaborativa*. COM (2016) 356 final.

³ En este sentido, Comisión Europea (2.6.2016): *Comunicación [...] sobre una Agenda... cit.*

⁴ Comisión de Mercado Interior y Protección del Consumidor (11.5.2017): *Proyecto de Informe sobre una Agenda europea para la economía colaborativa*. COM (2016) 356 final.

⁵ Término empleado para referirse al prestador de servicios particular.

⁶ Comité Económico y Social Europeo (10.3.2017): *Dictamen sobre la 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*. COM (2016) 356 final.

A través del presente trabajo, analizaremos la protección de los derechos del consumidor en el marco de la economía colaborativa, reparando en la normativa española y comunitaria y tomando como elemento de base, la “Agenda para una Economía Colaborativa”, publicada por la Comisión Europea, el 6 de junio de 2016, con el objeto de “abordar las preocupaciones sobre la incertidumbre acerca de los derechos y las obligaciones de las personas que participan en la economía colaborativa”⁷.

2. LOS AGENTES QUE INTERVIENEN EN LA ECONOMÍA COLABORATIVA. UNA PARTICULAR ALUSIÓN AL CONSUMIDOR.

La aparición de la economía colaborativa ha quebrado los modelos de negocio tradicionales en los que intervenían únicamente dos agentes –el empresario y el consumidor–, dando paso a relaciones más complejas.

Siguiendo el panorama descrito por la citada “Agenda Europea”, en la economía colaborativa intervienen tres categorías de agentes: Los prestadores de servicios, los usuarios y las plataformas colaborativas⁸.

- a) Los prestadores de servicios: Son aquellos particulares o profesionales que comparten activos, recursos, tiempo o competencias, de forma gratuita o previo pago.
 - Pares (también denominados *prosumidores*): Aquellos particulares que ofrecen sus servicios de manera ocasional.
 - Prestadores de servicios profesionales: Aquellos prestadores de servicios que actúan a título profesional.
- b) Los usuarios: Aquellos que disfrutan de los servicios que ofrecen los citados prestadores de servicios.
- c) Las plataformas colaborativas: Aquellas plataformas en línea que actúan como intermediarias, conectando en tiempo real a los prestadores de servicios con los usuarios y facilitando las transacciones entre ellos⁹.

El TRLGDCU afirma que son consumidores o usuarios aquellas “personas físicas que actúen con un propósito ajeno a su actividad comercial, empresarial, oficio o profesión”, así como aquellas “personas jurídicas y las entidades sin personalidad jurídica que actúen sin ánimo de lucro en un ámbito ajeno a una

⁷ Comisión Europea (2.6.2016): *Comunicación [...] sobre una Agenda... cit.*

⁸ Seguimos en este punto la clasificación realizada tanto por la Comisión Europea (2.6.2016): *Comunicación [...] sobre una Agenda... cit.*, como por la Comisión de Mercado Interior y Protección del Consumidor (11.5.2017): *Proyecto de Informe sobre una Agenda... cit.*

⁹ Resulta interesante la clasificación que sobre las plataformas colaborativas realiza Muñoz Pérez, A. F. (2017): “Economía colaborativa y consumidores”. En Motero Pascual, J.J. (dir.) *La Regulación de la Economía Colaborativa*. Tirant lo Blanch. Barcelona, p. 193: “Un primer grupo de plataformas, como las de producción, ponen en contacto empresarios. Un segundo grupo, conecta ‘comerciantes’ y ‘consumidores’. Las propias plataformas funcionan como empresarios cuando cobran una comisión sobre las transacciones entre proveedores y usuarios y proporciona servicios adicionales de pago o ingresos derivados de la publicidad. Las plataformas colaborativas, en un tercer grupo, actúan siguiendo otro modelo. Por ejemplo, hay plataformas para compartir aplicaciones de coche tales como Uber, Lyft, y BlaBlaCar que conectan a conductores y viajeros; sitios web como Airbnb o Wimdu conectan a las personas con habitaciones libres con los que están en busca de un lugar para quedarse...”.

actividad comercial o empresarial” (art. 3); y por contra, empresario “toda persona física o jurídica, ya sea privada o pública, que actúe directamente o a través de otra persona en su nombre o siguiendo sus instrucciones, con un propósito relacionado con su actividad comercial, empresarial, oficio o profesión” (art. 4).

En parecidos términos, la Directiva sobre protección de los consumidores (art. 2) o la Directiva 2005/29/CE, sobre prácticas comerciales desleales (art. 2) definen “consumidor” y “comerciante”, obviando la posibilidad de que el consumidor pueda ser una persona jurídica.

En la misma línea, la 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 (Directiva sobre el comercio electrónico), diferencia entre “consumidor”, al que describe como “cualquier persona física que actúa con un propósito ajeno a su actividad económica, negocio o profesión”, y “destinatario del servicio”, que podría ser “cualquier persona física o jurídica que utilice un servicio de la sociedad de la información por motivos profesionales o de otro tipo y, especialmente, para buscar información o para hacerla accesible”. Es decir, el destinatario de un servicio de la sociedad de la información, no tiene por qué ser en todo caso un consumidor.

Centrándonos en el tema que es ahora objeto de estudio, hemos de subrayar, que el Derecho de consumo se limita a proteger al consumidor, como parte débil, en sus relaciones con el empresario, quedando fuera del mismo, aquellas que se producen entre particulares, siendo estas últimas objeto del Derecho civil¹⁰. De ahí la importancia de distinguir entre la relación del usuario con la plataforma colaborativa (relación consumidor-empresario) y la relación del usuario con el prestador de servicios profesional (relación consumidor-empresario) o particular (relación consumidor-prestador de servicios particular).

¹⁰ MUÑOZ PÉREZ, A. F. (2017): “Economía colaborativa...”, *cit.*, p. 191: “Para aplicar las normas de consumo es preciso que sólo una parte del contrato se encuentre en la situación de satisfacer con el bien o servicio una finalidad privada. Si ambas lo están, no hay Derecho de consumo. El intercambio jurídico entre particulares no es objeto de regulación específica sino que debe remitirse a las previstas en el Derecho privado”.

3. LA PROTECCIÓN DE LOS CONSUMIDORES FRENTE A LAS PLATAFORMAS COLABORATIVAS

Las plataformas colaborativas actúan, en principio, como simples intermediarias, facilitando, a través de plataformas electrónicas, el contacto entre proveedores de servicios y consumidores.

Tales plataformas en línea tienen la consideración de empresa, por lo que en sus relaciones con los consumidores rige el Derecho de consumo, siéndoles aplicable lo dispuesto en el TRLGDCU y, en particular, lo relativo a los contratos celebrados a distancia: derecho de información, derecho de desistimiento, garantías mínimas del producto, envío de comunicaciones comerciales y publicidad engañosa¹¹.

No obstante, en tanto en cuanto la plataforma colaborativa actúa como mera proveedora de servicios intermediarios, se encontrará, bajo determinadas condiciones, exenta de la responsabilidad de la información que almacena¹². Así lo disponen el artículo 14 de la Directiva sobre el comercio electrónico¹³ y el artículo 16 de su norma de trasposición, la Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la información y de comercio electrónico (LSSI).

Cuando la actividad de los prestadores de un servicio de la información –en nuestro caso, las plataformas colaborativas– consista “en albergar datos proporcionados por el destinatario de este servicio no serán responsables por la información almacenada a petición del destinatario, siempre que:

- a) No tengan conocimiento efectivo de que la actividad o la información almacenada es ilícita o de que lesiona bienes o derechos de un tercero susceptibles de indemnización, o
- b) Si lo tienen, actúen con diligencia para retirar los datos o hacer imposible el acceso a ellos” (art. 16.1 LSSI).

Es decir, las plataformas colaborativas, cuyas funciones no excedan de las de alojamiento de datos, pese a no ser responsables del contenido de los datos que

¹¹ Véanse, a nivel europeo, entre otras, la Directiva 99/44/CE, de 25 de mayo, del Parlamento Europeo y del Consejo, sobre determinados aspectos de la venta y las garantías de los bienes de consumo, la Directiva 97/7/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 20 de mayo, relativa a la protección de los consumidores en materia de contratos a distancia, la Directiva 85/577/CEE del Consejo, de 20 de diciembre, referente a la protección de los consumidores en el caso de los contratos negociados fuera de los establecimientos comerciales.

¹² Así lo subraya la Comisión Europea (2.6.2016): *Comunicación [...] sobre una Agenda... cit.*

¹³ Mientras que el art. 16 LSSI habla del “prestador de servicios de la información”, el art. 14.1 de la Directiva sobre el comercio electrónico alude simplemente al “prestador de servicios”. Por ello conviene advertir que, en atención al art. 1 de la Directiva sobre comercio electrónico, es prestador de servicios “cualquier persona física o jurídica que suministra un servicio de la sociedad de la información”, en consecuencia, cuando la citada Directiva habla de “prestador de servicios”, se está refiriendo al “prestador de servicios de la información”, al igual que la norma española de transposición), sin embargo, a lo largo del presente trabajo utilizamos tal tales términos en el mismo sentido que lo hace la Comisión en su *Agenda Europea para la economía colaborativa*, es decir, como aquel “que comparte activos, recursos, tiempo y/o competencias” a través de las plataformas colaborativas.

alojan, sí habrán de actuar de forma diligente, encargándose de retirar la información o impedir el acceso a la misma, desde el momento en el que tengan conocimiento de su ilicitud. En opinión de algunos autores, la diligencia exigida no debe consistir únicamente en la retirada de la información ilícita, sino en el control *a priori* de los datos que acceden a la plataforma, no permitiendo la prestación de aquellos servicios que incumplan la normativa vigente¹⁴. Desde nuestro punto de vista, tal exigencia no es la perseguida por la norma, es más, la Comisión Europea aclara, que “con arreglo a la legislación de la UE, los Estados miembros no pueden imponer a las plataformas colaborativas, en la medida en que prestan servicios de alojamiento de datos, una obligación general de supervisar y realizar búsquedas activas de hechos o circunstancias que indiquen actividades ilícitas”, no obstante, muchas de ellas “aplican medidas voluntarias para hacer frente a los contenidos ilícitos en línea”¹⁵.

Sin embargo, la actividad de las plataformas colaborativas, en ocasiones, va más allá de la mera labor de intermediación, ofreciendo otro tipo de servicios (por ejemplo, servicios de pago, seguros, etc.). Tal y como afirma la Comisión Europea, la exención de responsabilidad está “limitada a la prestación de servicios de alojamiento de datos y no es extensible a otros servicios o actividades efectuados por la plataforma colaborativa”¹⁶. Incluso, en atención al grado de influencia ejercido sobre el servicio subyacente, es posible que sean consideradas prestadoras del mismo¹⁷ y, por lo tanto, responsables a los efectos del Derecho de consumo. Evidentemente, la citada exención de responsabilidad, tampoco excluye la derivada de la “legislación de protección de datos personales aplicable, en la medida en que estén afectadas las propias actividades de la plataforma”¹⁸.

Parece evidente la necesidad de una aclaración expresa sobre el régimen de responsabilidad de las plataformas colaborativas, con ánimo de crear un marco de actuación transparente y, principalmente, seguro para el consumidor. Este sentir es compartido por la Comisión de Mercado Interior y Protección del Consumidor que insta a la Comisión a concretar “el régimen de responsabilidad de las plataformas colaborativas, con el fin de fomentar las prácticas responsables y

¹⁴ En este sentido, Fernández Pérez, N. (2016): “Problemática jurídica derivada de la economía compartida”. *Economía industrial* 402, 44: “Y esto, si nos llevamos a los alojamientos turísticos vacacionales regulados por las legislaciones autonómicas, implicaría directamente que las plataformas no deberían alojar información ni actuar como mediadores respecto de particulares que ofrecen un alojamiento incumpliendo la normativa existente”, en concreto, “en el caso de viviendas turísticas, las plataformas pueden conocer de primera mano la ‘regularidad’, solicitando como información obligatoria el número de registro de vivienda turística. Lo que, a sensu contrario, implicaría la responsabilidad de las mismas”.

¹⁵ Comisión Europea (2.6.2016): *Comunicación [...] sobre una Agenda... cit.*

¹⁶ Comisión Europea (2.6.2016): *Comunicación [...] sobre una Agenda... cit.* En esta misma línea, el Comité Económico y Social Europeo, *Dictamen sobre [...] una Agenda... cit.*, afirma que las plataformas colaborativas “deberían quedar exentas de responsabilidad por la información que almacenan en nombre de los que ofrecen un servicio”, tal y como afirma la Directiva sobre el comercio electrónico, “sin embargo, no deberían quedar exentas de responsabilidad por los servicios que ofrecen ellas mismas”.

¹⁷ La Comisión Europea (2.6.2016): *Comunicación [...] sobre una Agenda... cit.*, señala que “deberá establecerse caso por caso si una plataforma colaborativa ofrece también el servicio subyacente”, señalando como criterios esenciales: la fijación de precios, el establecimiento de otras condiciones contractuales y la propiedad de activos clave.

¹⁸ Comisión Europea (2.6.2016): *Comunicación [...] sobre una Agenda... cit.*

aumentar la confianza de los consumidores”¹⁹, pronunciándose también en esta línea el Parlamento Europeo que “reconoce, en particular, la falta de seguridad, en especial por lo que respecta a la cuestión de si una plataforma está prestando un servicio subyacente o simplemente ofreciendo un servicio de la sociedad de la información, conforme a la Directiva sobre comercio electrónico”²⁰.

Al margen de la necesidad de una concreción legal sobre el régimen de responsabilidad de las plataformas colaborativas, es recomendable que, como en muchas de ellas ya se hace, adopten medidas voluntarias encaminadas a la protección del consumidor²¹, tales como implementar controles de acceso a la plataforma, ofrecer unas condiciones generales de uso breves, claras y sencillas para el usuario, habilitar sistemas de evaluación, etc. Todo ello con el fin de reforzar la confianza de usuarios y prestadores de servicios, núcleo del éxito de la economía colaborativa²².

3.1. Controles de acceso a las plataformas colaborativas

La mayoría de las plataformas colaborativas controlan de algún modo el acceso de prestadores de servicios y usuarios, solicitando para el registro en la plataforma: nombre y apellidos, dirección de correo electrónico o una cuenta abierta en redes sociales, como *Facebook* o *Google*.

Un sector doctrinal, propone incluso una regulación específica relativa a las condiciones de acceso, llegando a considerar la “identificación mediante la presencia física del prestador en aquellos servicios que puedan generar un mayor riesgo”, así como la “contratación de seguros” o la entrega de una “determinada documentación a los usuarios, como certificados de penales, carnets, licencias, etc.”²³.

En nuestra opinión, un exceso de celo en el control de acceso, podría traducirse en un obstáculo para prestadores y usuarios decididos a participar en un modelo de negocio presidido por la confianza.

¹⁹ Comisión de Mercado Interior y Protección del Consumidor, *Proyecto de Informe sobre una Agenda... cit.*

²⁰ Véase en este sentido, Parlamento Europeo (15.6.2017): *Resolución sobre una Agenda Europea para la economía colaborativa*. 2017/2003 (INI).

²¹ La Comisión Europea (2.6.2016): *Comunicación [...] sobre una Agenda... cit.*, “insta a las plataformas colaborativas a seguir adoptando medidas voluntarias para combatir los contenidos en línea ilícitos y aumentar la confianza (por ejemplo, ayudando a garantizar la calidad de los servicios ofrecidos por los prestadores de servicios subyacentes en su plataforma)”. En este mismo sentido, se pronuncia el Parlamento Europeo (15.6.2017). *Resolución sobre una Agenda... cit.*

²² En este sentido, la Comisión de Mercado Interior y Protección del Consumidor (11.5.2017): *Proyecto de Informe sobre una Agenda... cit.*, considera que “toda nueva regulación debería aprovechar al máximo la capacidad de autogestión de las plataformas” y se muestra convencida de que “las propias plataformas colaborativas podrían desempeñar un papel activo en este nuevo entorno regulador corrigiendo la información asimétrica y otras muchas deficiencias del mercado que tradicionalmente se han abordado con un enfoque normativo”.

²³ Véase, MONTERO PASCUAL, J.J. (2017): “La regulación de la economía colaborativa”. En MONTERO PASCUAL, J.J. (dir.) *La Regulación de la Economía Colaborativa*. Tirant lo Blanch. Barcelona, pp. 46-47. Conviene subrayar que el autor no cree “adecuado extender las mismas obligaciones a todas las plataformas colaborativas, independientemente de los servicios que medien”, entendiéndose “más adecuado adoptar regímenes jurídicos específicos para cada tipo de plataforma colaborativa”.

3.2. Condiciones generales de uso

Las condiciones generales de uso constituyen el elemento clave para determinar los derechos y obligaciones de la plataforma colaborativa y los usuarios. Se trata de un contrato de adhesión redactado por la plataforma, en el que habrá de hacer alusión a datos de identificación, servicio objeto de contratación, precios, formas de pago, duración, responsabilidades, garantías, legislación aplicable, sistemas de resolución de conflictos, etc.²⁴ Tal y como advierte la Organización de Consumidores y Usuarios, es de suma importancia que se trate de un documento de fácil acceso, claro y sencillo de comprender²⁵, cumpliendo con las exigencias marcadas por la Ley 7/1998, de 13 de abril, sobre Condiciones Generales de la Contratación (art. 7).

El Comité Europeo de las Regiones pide a la Comisión “que estudie la necesidad y viabilidad de imponer a las plataformas la obligación legal de proporcionar una descripción resumida, sencilla y fácil de usar de sus condiciones generales, además de los documentos de uso general, dado que su longitud y complejidad desaniman a la mayoría de los usuarios a leerlas, lo que genera una relación muy asimétrica”²⁶. Nos resulta dificultoso pensar en una obligación legal de este tipo, si bien, de forma voluntaria, las plataformas colaborativas deberían hacer el esfuerzo de seguir esta buena práctica en aras de proteger al consumidor e incluso atraer a aquellos que aún miran con cierta desconfianza estos modelos de negocio.

²⁴ Véase el art. 20 del TRLGDCU sobre información necesaria en la oferta comercial de bienes y servicios y el art. 10 LSSI que determina la información general que debe obligatoriamente ofrecer cualquier prestador de servicios de la información.

²⁵ Véase en este sentido, OCU (2016): *Collaboration or Business? Collaborative Consumption: From value for users to a society with values*. OCU Ediciones. Madrid.

²⁶ Comité Europeo de las Regiones (9.6.2017): *Dictamen sobre economía colaborativa y plataformas en línea: una visión compartida de ciudades y regiones*. COM (2016) 356 final.

3.3. Códigos de conducta

Algunas plataformas colaborativas suscriben códigos de conducta²⁷, que si bien constituyen textos programáticos y por ende no vinculantes, no dejan de ser una herramienta más de protección del consumidor.

En opinión del Comité Económico y Social Europeo, "ni las instituciones de la UE ni las autoridades nacionales deben definir los contenidos de los códigos de autorregulación, que deben dejarse a la discreción total de las partes, siempre y cuando no pretendan obtener un reconocimiento vinculante entre las partes", sin embargo, "en la medida en que tales acuerdos aspiren a ser reconocidos 'como instrumento accesorio de regulación en un determinado ordenamiento jurídico'", la Unión Europea deberá "definir claramente los parámetros que determinan su reconocimiento, los principios por los que deben regirse y sus límites"²⁸.

No obstante, nuestra Ley de servicios de la sociedad de la información, de forma orientativa, indica que estos "podrán tratar, en particular, sobre los procedimientos para la detección y retirada de contenidos ilícitos y la protección de los destinatarios frente al envío por vía electrónica de comunicaciones comerciales no solicitadas, así como sobre los procedimientos extrajudiciales para la resolución de los conflictos que surjan por la prestación de los servicios de la sociedad de la información" (art. 18).

Asimismo, el artículo 4 del Real Decreto 1163/2005, de 30 de septiembre, por el que se regula el distintivo público de confianza en los servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico (Real Decreto regulador del distintivo público de confianza) define el ámbito y contenido de los códigos de conducta regulados que deberán suscribir quienes deseen mostrar el "distintivo público de confianza en línea".

El Real Decreto regulador del distintivo público de confianza es aplicable a aquellas "corporaciones, asociaciones u organizaciones comerciales, profesionales y de consumidores que adopten códigos de conducta destinados a regular las relaciones entre prestadores de servicios de la sociedad de la información y los consumidores y usuarios, cuando la adhesión a tales códigos conceda el derecho al uso y administración del 'distintivo público de confianza en línea'" (art. 3). Los códigos de conducta que pretendan obtener dicho distintivo "deberán establecer, como medio de solución de controversias entre los prestadores de servicios y los consumidores y usuarios, el sistema arbitral de consumo u otro sistema de resolución extrajudicial de conflictos que figure en la lista que publica la Comisión Europea sobre sistemas alternativos de resolución de conflictos con consumidores y que respete los principios establecidos por la normativa comunitaria a este respecto" (art. 7). Asimismo, se obliga a la inclusión en tales códigos de un sistema de supervisión de su cumplimiento, del que será competente el Instituto

²⁷ El art. 97.1 TRLGDCU define código de conducta como "el acuerdo o conjunto de normas no impuestas por disposiciones legales, reglamentarias o administrativas, en el que se define el comportamiento de aquellos empresarios que se comprometen a cumplir el código en relación con una o más prácticas comerciales o sectores económicos".

²⁸ Comité Económico y Social Europeo (19.8.2016): *Dictamen sobre la economía colaborativa y la autorregulación*. 2016/C 303/05.

Nacional del Consumo, con previsión de sanciones, para aquellas empresas adheridas cuyas prácticas se aparten de lo acordado (art. 8).

No hay inconveniente en que las plataformas colaborativas suscriban códigos de conducta regulados por el citado Real Decreto y, en consecuencia, reciban el distintivo de confianza en línea, sin embargo, es difícil encontrar plataformas colaborativas entre el elenco de empresas adheridas.

Por su parte, la Comisión Interdepartamental de la Economía Colaborativa Catalana, creada por Acuerdo de Gobierno de la Generalidad de Cataluña de 5 de abril de 2016, ha elaborado un “Código de Buenas Prácticas”²⁹, con el objetivo de proteger al consumidor que interviene en este particular entorno, en el que destacan la habilitación de un sistema sencillo de mediación, para la resolución de los conflictos que puedan surgir entre los distintos agentes de la economía colaborativa, y la creación de un sello de confianza para las plataformas que lo suscriban.

Conviene hacer una breve alusión al colectivo de empresas de economía colaborativa *Sharing España*, al que pertenecen importantes plataformas en línea, como *Blablacar*, *Airbnb* o *Cabify*, que ha elaborado un “Código de principios y buenas prácticas de plataformas colaborativas”, que se compromete a cumplir voluntariamente, con el objetivo de actuar en “defensa del desarrollo y de la reputación de la economía colaborativa y la protección de sus usuarios”³⁰.

3.4. Métodos seguros de pago

Resulta esencial para la protección del consumidor que las plataformas en línea adopten medios seguros de pago. En estos modelos de negocio, los medios de pago *online*, a través del uso de un ordenador o de un teléfono inteligente u otro dispositivo móvil, sustituyen a los sistemas de pago tradicionales.

Al respecto, la Comisión Europea en el “Libro Verde: Hacia un mercado europeo integrado de pagos mediante tarjeta, pagos por Internet o pagos móviles”, distingue entre “pagos a través de Internet (pagos electrónicos)” y “pagos móviles”³¹:

- Pagos electrónicos: Son aquellos realizados a través de Internet utilizando, por lo general, bien una tarjeta de pago, un portal bancario o algún proveedor de pagos electrónicos (por ejemplo, *Paypal*).
- Pagos móviles: Son aquellos en los que la orden de pago se emite desde un teléfono o un dispositivo móvil. El “Libro Verde” distingue entre pagos móviles a distancia y pagos de proximidad, realizados, por lo general, en el mismo punto de venta.

²⁹ El citado *Código de Buenas Prácticas* puede consultarse en: http://economia.gencat.cat/web/.content/70_economia_catalana/arxius/economia-collaborativa/codibones-practiques.pdf

³⁰ El citado *Código de principios y buenas prácticas de plataformas colaborativas* puede consultarse en: <http://www.sharingespana.es/media/codigo-principios-buenas-practicas-sharing-espana.pdf>

³¹ Comisión Europea (11.1.2012): *Libro Verde: Hacia un mercado europeo integrado de pagos mediante tarjeta, pagos por Internet o pagos móviles*. COM (2011) 941 final.

Las principales empresas colaborativas permiten el pago con tarjeta, los pagos móviles a distancia, principalmente los basados en sistemas de pago con tarjeta, así como el pago a través de *Paypal*.

En relación al pago a través de tarjeta, las plataformas en línea deberían ofrecer sistemas de encriptación SSL, de modo que no accedan ni, en consecuencia, puedan guardar los datos bancarios del usuario.

Conviene destacar el extendido uso de *Paypal*, proveedor de pagos electrónicos, que permite al usuario crear una cuenta con su correo y una contraseña, asociarla a una cuenta bancaria y/o tarjeta y pagar, incluso recibir pagos, introduciendo únicamente su correo y contraseña, de manera ágil y sencilla, sin necesidad de comunicar los datos de la tarjeta al receptor del pago. Un sistema de encriptación automática parece hacer de esta vía un sistema seguro de pago³².

3.5. Ofrecimiento de garantías

Con ánimo de cubrir posibles daños relacionados con los servicios de los que ellas mismas son intermediarias, hay plataformas que ofrecen seguros y otras garantías adicionales, que protegen tanto al consumidor como al prestador de servicios particular.

A modo de ejemplo, la conocida plataforma de *carpooling*, *Blablacar*, ofrece un seguro de una conocida compañía, que se suma al seguro del vehículo del conductor, que ya cubre su trayecto, ofreciendo asistencia en carretera y garantía de llegada al destino, cobertura de daños personales al conductor, cobertura de asesoría legal y gastos legales al conductor y cobertura de gastos de envío de objetos olvidados por el pasajero³³. Por su parte, la plataforma de alojamiento *Airbnb*, ofrece una “garantía al anfitrión” de 800.000 Euros, que si bien no sustituye a los seguros contratados por los dueños o arrendatarios de las viviendas, ni exime al usuario de la responsabilidad por los daños producidos, sí se ocupa de cubrir daños extraordinarios, que sobrepasen el depósito de seguridad³⁴.

3.6. Los sistemas de evaluación

La sustitución del contacto personal por el *online* entre el proveedor del servicio y el consumidor, ha llevado a las plataformas colaborativas a implementar sistemas de evaluación en línea de los prestadores de servicios, así como de los propios usuarios.

El aumento de información fiable sobre los prestadores de servicios, se traduce en una mayor protección para el consumidor, en tanto en cuanto elimina, en parte, los problemas de información asimétrica. Pero la sola existencia de sistemas de reputación en línea no es suficiente, la Comisión anima a las

³² En este sentido, Maldonado, L. (coord.) (2015): “Los medios de pago, un paisaje en movimiento”, *Informe del Centro del Sector Financiero de PwC e IE Bussines School*, 16.

³³ Véase, con más detalle, <https://www.blablacar.es/seguro-compartir-coche>

³⁴ Véase, con más detalle, <https://www.airbnb.es/guarantee>

plataformas colaborativas a adoptar medidas voluntarias de lucha contra las evaluaciones falsas o engañosas, con ánimo de proteger a los consumidores y reforzar su confianza³⁵. El Comité Económico y Social Europeo ha llegado a proponer la creación de organismos independientes de control que garanticen la calidad y fiabilidad de las evaluaciones y calificaciones³⁶.

Además, el hecho de poder ser evaluado de forma negativa, incentiva al prestador de servicios a mejorar su rendimiento. Las evaluaciones permiten incluso la realización de un sistema de control de calidad *ex-post* por parte de la plataforma colaborativa, de manera que algunas de ellas se reservan el derecho de desactivar a aquellos prestadores de servicios que no superen una determinada puntuación³⁷.

Si bien, no hemos de perder de vista los derechos al honor y a la intimidad del evaluado (prestador de servicios o consumidor); es aquí donde entran en juego los derechos de protección de datos, habiendo de solicitar consentimiento para el tratamiento y cesión de los datos personales, en consonancia con lo exigido por las normas nacionales y comunitarias sobre el particular.

La Comisión Nacional de los Mercados y de la Competencia muestra una especial preocupación con respecto a la portabilidad de los datos, entendiéndolo “recomendable que la reputación que se ha creado durante el período de permanencia en la plataforma, fuera transferible junto con el usuario y no perteneciera de manera exclusiva a la misma”, por lo que anima a las plataformas colaborativas a implantar “mecanismos adecuados que permitan la portabilidad de la reputación de un usuario a través de múltiples plataformas”³⁸. El derecho a la portabilidad de los datos ha sido recientemente regulado por el artículo 20 del Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016, relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos y por el que se deroga la Directiva 95/46/CE (Reglamento general de protección de datos).

3.7. La resolución de conflictos

La Ley de servicios de la sociedad de la información considera que el arbitraje y los demás procedimientos alternativos de resolución de conflictos constituyen una vía sencilla, ágil y cómoda para el usuario. Es por ello que potencia el recurso a estos sistemas para dirimir las disputas que puedan surgir en

³⁵ En este sentido, se pronuncia la Comisión Europea, (2.6.2016): *Comunicación [...] sobre una Agenda... cit.*, así como en Comisión Europea (25.5.2016): *Comunicación al Parlamento Europeo, al Consejo Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones sobre las plataformas en línea y el mercado único digital. Retos y oportunidades para Europa*. COM (2016) 288 final. En la misma línea, el Comité Europeo de las Regiones (9.6.2017): *Dictamen sobre economía... cit.*, afirma “que las plataformas deben esforzarse más por luchar contra las falsas evaluaciones”.

³⁶ Comité Económico y Social Europeo, *Dictamen sobre [...] una Agenda... cit.*

³⁷ En este sentido, Todolí Signes, A. (2017): *El trabajo en la era de la economía colaborativa*. Tirant lo Blanch. Barcelona, p. 106, pone como ejemplo a la empresa *Lyft*, que “establece reglas por las que si un conductor tiene una media por debajo del 4,6 (de 5) puede ser desactivado”.

³⁸ Comisión Nacional de los Mercados y de la Competencia (2016): *Estudio sobre los nuevos modelos de prestación de servicios y la economía colaborativa*. E/CNMC/004/15.

el ámbito de la contratación electrónica y del uso de los demás servicios de la sociedad de la información³⁹.

Nuestro ya citado Real Decreto regulador del distintivo público de confianza obliga a que los códigos de conducta por él regulados establezcan como medio de resolución de controversias el sistema arbitral de consumo u otro sistema de resolución extrajudicial de conflictos que figure en la lista publicada por la Comisión Europea (art. 7).

A nivel comunitario, más apto para tratar problemas transfronterizos, la Comisión Europea, por orden del Reglamento (UE), n.º 524/2013, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 21 de mayo de 2013, sobre resolución de litigios en línea en materia de consumo y por el que se modifica el Reglamento (CE) n.º 2006/2004 y la Directiva 2009/22/CE (Reglamento sobre resolución alternativa de conflictos en materia de consumo), ha desarrollado una plataforma de resolución de litigios en línea, con el objetivo de ofrecer una solución extrajudicial sencilla, rápida, eficiente y asequible para los litigios derivados de transacciones y servicios prestados a través de Internet u otros medios electrónicos. La Directiva 2013/11/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 21 de mayo de 2013, relativa a la resolución alternativa de litigios en materia de consumo y por la que se modifica el Reglamento (CE) n.º 2006/2004 y la Directiva 2009/22/CE (Directiva sobre resolución alternativa de conflictos en materia de consumo), documento interrelacionado y complementario del citado Reglamento de resolución alternativa de conflictos en materia de consumo, cuya transposición está aún en fase de Proyecto⁴⁰, obliga a los Estados miembros a garantizar a los consumidores residentes en la Unión Europea la posibilidad de resolver sus litigios con empresarios establecidos en cualquier Estado miembro, a través de procedimientos de resolución alternativa de conflictos, mediante la intervención de entidades de resolución alternativa.

A modo de ejemplo, la plataforma colaborativa *Blablacar*, tras un preceptivo intento de solución amistosa, permite al usuario presentar sus reclamaciones contra la plataforma ante los servicios de resolución de litigios en línea de la Comisión Europea⁴¹.

El Parlamento Europeo "destaca la necesidad de una mayor claridad en relación con la protección de los consumidores en caso de litigio, y pide a las plataformas colaborativas que velen por el establecimiento de sistemas efectivos para los procedimientos de reclamación y la resolución de litigios, simplificando el modo en que los consumidores pueden ejercer sus derechos"⁴².

En este sentido, la Organización de Consumidores y Usuarios, advierte que las plataformas colaborativas deberían ofrecer información completa sobre su política de conflictos y quejas. Recordando que, con ánimo de proteger los derechos del consumidor, cuando surge un conflicto entre el usuario y la plataforma, el asunto debería resolverse de acuerdo con la ley del país donde el

³⁹ Exposición de Motivos IV LSSI

⁴⁰ Proyecto de Ley por la que se incorpora al ordenamiento jurídico español la Directiva 2013/11/UE, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 21 de mayo de 2013, relativa a la resolución alternativa de litigios en materia de consumo.

⁴¹ Véanse las Condiciones Generales de Uso de *BlaBlaCar*, disponibles en: <https://www.blablacar.es/conoce-blablacar/condiciones-generales-de-uso>

⁴² Parlamento Europeo (15.6.2017). *Resolución sobre una Agenda... cit.*

consumidor tenga su residencia habitual⁴³ y por cortes o árbitros de ese mismo Estado. En caso de conflicto entre un prestador de servicios y un usuario, invita a las plataformas a jugar un papel activo, ofreciéndose como mediadoras⁴⁴.

4. LA PROTECCIÓN DE LOS CONSUMIDORES FRENTE A LOS PRESTADORES DE SERVICIOS

4.1. Prestador de servicios profesional vs. prestador de servicios particular

Entendemos como prestador de servicios aquella persona que comparte activos, recursos, tiempo o competencias, utilizando la intermediación de plataformas colaborativas. El prestador de servicios, como ya apuntábamos, puede ser un particular (par) o profesional (prestador de servicios profesional), no siendo siempre sencilla la distinción entre ambos, sin embargo, fundamental para determinar si aplicamos o no las vigentes normas en materia de consumo, que contemplan exclusivamente las relaciones entre empresario y consumidor.

La Comisión, siguiendo las orientaciones que ella misma ofrece en la “Guía revisada sobre la Directiva relativa a las prácticas comerciales desleales”⁴⁵, destaca como factores importantes a tener en cuenta a la hora de distinguir entre consumidores y profesionales: La frecuencia de los servicios prestados, el fin lucrativo y el volumen de negocio. No obstante, reconoce que el estudio habrá de realizarse caso por caso y que “ninguno de ellos sería por sí mismo suficiente para que un prestador pudiera ser considerado un comerciante”, no obstante, según las circunstancias, “su combinación puede apuntar en esa dirección”⁴⁶:

- Frecuencia de los servicios prestados: Aquel que presta sus servicios, sirviéndose de las plataformas colaborativas, únicamente de manera ocasional será, por lo general, considerado como particular. Por el contrario, si tales servicios se ofrecen con frecuencia, podríamos encontrarnos ante un prestador de servicios profesional. Cuanto mayor sea la frecuencia con la que se prestan los servicios, mayores indicios habrá de que el prestador está actuando con un propósito relacionado con su actividad económica, negocio, oficio o profesión⁴⁷.
- Fin lucrativo: El ánimo de lucro puede ser un indicio de que prestador del servicio está actuando en calidad de profesional. Aquella persona que a cambio del bien o servicio prestado recibe única y exclusivamente una compensación por los costes, sin tener ánimo de lucrarse con tal actividad, habrá de ser considerado como particular. En cambio, si se obtuviese por el

⁴³ Véase el art. 6 del Reglamento (CE) n° 593/2008 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 17 de junio de 2008, sobre la ley aplicable a las obligaciones contractuales (Roma I)

⁴⁴ OCU (2016): *Collaboration... cit.*, 34.

⁴⁵ Commission staff working document (25.5.2016): *Guidance on the implementation/application of Directive 2005/29/EC on unfair commercial practices*. SWD (2016) 163 final.

⁴⁶ Comisión Europea (2.6.2016): *Comunicación [...] sobre una Agenda... cit.*

⁴⁷ En este sentido, Comisión Europea (2.6.2016): *Comunicación [...] sobre una Agenda... cit.*

prestador del servicio una remuneración superior a tal compensación, estará actuando en calidad de profesional⁴⁸.

- Nivel de volumen de negocio: Cuanto mayor es el volumen de negocio generado por el prestador de servicios, más indicios hay de que pueda estar actuando como un profesional. Tal volumen de negocios puede conseguirse actuando a través de una o varias plataformas colaborativas, si bien es cierto, resulta significativo que lo logre a través del mismo tipo de actividad o de actividades diversas. En el segundo de los supuestos, un mayor volumen de negocio puede no implicar necesariamente que el prestador reúna las condiciones para ser considerado un profesional⁴⁹.

En España, en atención a lo dispuesto en el Código de Comercio, son empresarios “los que, teniendo capacidad legal para ejercer el comercio, se dedican a él habitualmente” (art. 1). A la “capacidad legal” y “habitualidad”, la doctrina es unánime en sumar, como requisito esencial para ser considerado empresario, la “actuación en nombre propio”. A la nota de “habitualidad” se encuentra estrechamente unida la de “profesionalidad”, es decir, la actividad del empresario no solo ha de ser constante (“habitualidad”), sino que habrá de manifestarla al exterior, dándola a conocer y ejerciéndola públicamente (“profesionalidad”)⁵⁰. En este orden de cosas, cuando en el prestador de servicios converjan tales requisitos, habrá de ser considerado empresario. Nuestro ordenamiento jurídico pone así el énfasis en la frecuencia de los servicios prestados, no obstante, el nivel de ingresos y el volumen de negocio son, sin duda, indicios que podrán tenerse en cuenta a la hora de determinar si estamos o no ante un prestador de servicios profesional⁵¹.

Es preciso que a nivel comunitario se produzca una revisión y una homogenización de los criterios y umbrales por debajo de los cuales una actividad económica se considera como no profesional⁵², en opinión del Comité Europeo de las Regiones, “dichos umbrales deben ser relativos y estar basados en el tiempo (por ejemplo, el número de pernoctaciones por alojamiento o el número de días/horas trabajados en otros sectores) más que absolutos y monetarios, a fin de garantizar unas condiciones uniformes para todos los países; también estima que

⁴⁸ *Ibid.*

⁴⁹ *Ibid.*

⁵⁰ Sobre el concepto de empresario, véase, entre otros, el manual de Sánchez Calero, F. y Sánchez-Calero Guilarte, J. (2013): *Instituciones de Derecho Mercantil* 36.ª Edición. Editorial Aranzadi. Cizur Menor (Navarra), pp. 104-109.

⁵¹ Sobre el particular, Fernández Pérez, N. (2016): “Problemática jurídica...”, *cit.*, 41, subraya “que la profesionalidad o la habitualidad, no pueden ser definidas de modo diferente en cada Comunidad Autónoma, puesto que estamos hablando del concepto de empresario, y por tanto, de un concepto único que debe interpretarse en todo el territorio nacional del mismo modo, tal y como marca la Constitución al establecer que la materia mercantil resulta competencia del Estado, y como exige el principio de unidad de mercado”. La autora critica así, la disparidad de criterios que utilizan nuestras Comunidades Autónomas, que van “desde la fijación del criterio de la comercialización por canales turísticos, entre los que claramente se encuentran las plataformas p2p; pasando por el criterio de la habitualidad, o la profesionalidad en el sentido de número de inmuebles ofertados...”.

⁵² En este sentido, el Comité Económico y Social Europeo, *Dictamen sobre [...] una Agenda... cit.*, abala la postura de la Comisión, señalando como criterios fundamentales la frecuencia del servicio prestado, el fin lucrativo y el volumen de negocios, “si bien advierte que será preciso revisar su consideración así como la oportunidad de otros factores en la aplicación de criterios para una categorización adecuada, sin ánimo de exhaustividad dada la complejidad y variabilidad con la que la economía colaborativa puede expresarse y la dificultad en acotar su futuro (un modelo que debería ser independiente, transferible, universal y favorable a la innovación)”.

deben ser bajos, a fin de evitar abusos y garantizar el carácter realmente ocasional y no profesional de la actividad de que se trate”⁵³.

4.2. La protección del consumidor en las relaciones C2C y B2C

En las relaciones entre pares (C2C), tal y como venimos adelantando, no es aplicable el Derecho de consumo (previsto para las relaciones empresario-consumidor), es por ello que hemos de acudir al Derecho civil, regulador de las relaciones entre particulares.

Por el contrario, las relaciones entre prestadores de servicios profesionales y particulares (B2C) se rigen por el Derecho de consumo, lo que implica una mayor protección del consumidor, siéndoles aplicable, al igual que afirmábamos cuando analizábamos la relación del consumidor con la plataforma colaborativa, lo dispuesto en el TRLGDCU y, en concreto, lo previsto para los contratos celebrados a distancia.

En cuanto al régimen de responsabilidad, encontramos importantes diferencias. Así, por ejemplo, en las compraventas realizadas en línea, a través de plataformas colaborativas, cuando el vendedor es un particular, regirán las reglas civiles del contrato de compraventa, de modo que el comprador dispondrá de seis meses desde la entrega del bien para reclamar al vendedor cualquier vicio o defecto oculto de la cosa vendida (arts. 1484 y ss. del Código Civil). Sin embargo, si el vendedor es un empresario, responderá frente al comprador de las faltas de conformidad que se manifiesten en un plazo de dos años desde la entrega del bien, en el caso de bienes nuevos, pudiendo pactar, en los productos de segunda mano, un plazo menor, que no podrá ser nunca inferior a un año desde la entrega (art. 123 TRLGDCU)⁵⁴.

Dadas las importantes diferencias que para el consumidor supone que prestador sea o no profesional, es fundamental que al menos se encuentre debidamente informado. Las plataformas colaborativas deberían velar por la protección de tal derecho o bien conminar al prestador de servicios a comunicar su condición.

El Parlamento Europeo destaca la importancia de considerar si la prestación de servicios “la efectúan profesionales o particulares, de forma que los requisitos jurídicos para los particulares que prestan servicios de manera ocasional (‘pares’) sean menos rigurosos”, mas considera que ello no ha de impedir la garantía de la “calidad y un elevado nivel de protección de los consumidores”, tomando en consideración las diferencias sectoriales. Si bien suscribimos lo afirmado por el Parlamento, estimando que la situación ideal sería procurar al consumidor en las relaciones C2C una protección similar a la que obtiene en sus relaciones B2C, consideramos que el legislador ha de remover tales diferencias,

⁵³ Comité Europeo de las Regiones (9.6.2017): *Dictamen sobre economía...*, cit.

⁵⁴ Velasco San Pedro, L. A. (2015): “El consumo colaborativo en el transporte de personas”. *Diario La Ley* 8601. 2015, en relación al transporte de personas, afirma que “la responsabilidad de los conductores particulares no profesionales, debería mantenerse en el estricto ámbito de la responsabilidad extracontractual, pues aquí no habría un auténtico contrato de transporte con las personas con las que se comparte el vehículo”, no obstante, cuando el conductor es profesional, “al haber aquí un contrato de transporte, su responsabilidad sería claramente de carácter contractual”.

llegando a un equilibrio adecuado que no puede pasar por imponer al prestador de servicios particular las mismas obligaciones que a un empresario.

5. CONCLUSIONES

- La Unión Europea debe procurar una regulación homogénea sobre la naturaleza jurídica, deberes y responsabilidades de las plataformas colaborativas. Ello no es óbice para el fomento de la adopción de medidas voluntarias de protección del consumidor por parte de tales plataformas en línea (mayores controles de acceso, adhesión a códigos de conducta, implantación de sistemas de evaluación transparentes, etc.).
- Las plataformas colaborativas están exentas de la responsabilidad derivada de la prestación de servicios de alojamiento de datos. Dicha exención no es extensible a otros servicios o actividades efectuados por la plataforma.
- A nivel comunitario, deberían establecerse criterios uniformes que permitan una clara distinción entre pares y profesionales, teniéndose en cuenta la frecuencia de los servicios prestados, el volumen de negocio, así como los beneficios obtenidos.
- Es conveniente que el usuario pueda conocer si se encuentra ante un prestador de servicios profesional o particular y si, en consecuencia, le es aplicable o no el Derecho de consumo. A tal fin, debería revisarse el "deber de información" de la plataforma colaborativa, obligándola a indicar si el prestador de servicios actúa en calidad de empresario o conminar a éste a ofrecer tal información a través de la plataforma.
- Con independencia de que el prestador de servicios sea o no profesional, siempre ha de garantizarse al consumidor una protección efectiva y elevada. Las tradicionales normas de Derecho de consumo no son aplicables a las relaciones entre prestador de servicios particular y consumidor, si bien, debería procurarse a los consumidores una tutela cercana a la de aquellos que actúan con empresarios.

Notas bibliográficas

- Comisión de Mercado Interior y Protección del Consumidor (11.5.2017): *Proyecto de Informe sobre una Agenda europea para la economía colaborativa*. COM (2016) 356 final. Disponible en: <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?type=REPORT&reference=A8-2017-0195&language=ES>
- Comisión Europea (2.6.2016): *Comunicación al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Científico Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones sobre una Agenda Europea para la economía colaborativa*. COM (2016) 356 final. Disponible en: <http://ec.europa.eu/docsroom/documents/16881/attachments/2/translations/es/renditions/pdf>
- Comisión Europea (25.5.2016): *Comunicación al Parlamento Europeo, al Consejo Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones sobre las plataformas en línea y el mercado único digital. Retos y oportunidades para Europa*. COM (2016) 288 final. Disponible en: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX%3A52016DC0288>
- Comisión Europea (11.1.2012): *Libro Verde: Hacia un mercado europeo integrado de pagos mediante tarjeta, pagos por Internet o pagos móviles*. COM (2011) 941 final. Disponible en: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:52011DC0941&from=ES>

- Comisión Nacional de los Mercados y de la Competencia (2016): *Estudio sobre los nuevos modelos de prestación de servicios y la economía colaborativa*. E/CNMC/004/15. Disponible en: www.cnmc.es
- Comité Económico y Social Europeo (10.3.2017): *Dictamen sobre la 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*. COM (2016) 356 final. Disponible en: http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=uriserv:OJ.C_.2017.075.01.0033.01.SPA
- Comité Económico y Social Europeo (19.8.2016). *Dictamen sobre la economía colaborativa y la autorregulación*. 2016/C 303/05. Disponible en: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:52016AE0933&from=ES>
- Comité Europeo de las Regiones (9.6.2017). *Dictamen sobre economía colaborativa y plataformas en línea: una visión compartida de ciudades y regiones*. COM (2016) 356 final. Disponible en: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX:52016IR4163>
- Commission staff working document (25.5.2016). *Guidance on the implementation/application of Directive 2005/29/EC on unfair commercial practices*. SWD (2016) 163 final. Disponible en: http://ec.europa.eu/justice/consumer-marketing/files/ucp_guidance_en.pdf
- Fernández Pérez, N. (2016): “Problemática jurídica derivada de la economía compartida”. *Economía industrial* 402. Disponible en: <http://www.minetad.gob.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEconomicoIndustrial/402/NURIA%20FERN%C3%81NDEZ%20P%C3%89REZ.pdf>
- Maldonado, L. (coord.) (2015): “Los medios de pago, un paisaje en movimiento”, *Informe del Centro del Sector Financiero de PwC e IE Bussines School*. Disponible en: <https://www.pwc.es/es/publicaciones/financiero-seguros/assets/medios-pago-paisaje-movimiento.pdf>
- Montero Pascual, J.J. (2017): “La regulación de la economía colaborativa”. En Montero Pascual, J.J. (dir.) *La Regulación de la Economía Colaborativa*. Tirant lo Blanch. Barcelona. Disponible en: <http://biblioteca.tirant.com/cloudLibrary/ebook/show/9788491435099?showPage=10>
- Muñoz Pérez, A. F. (2017): “Economía colaborativa y consumidores”. En MOTERO PASCUAL, J.J. (dir.) *La Regulación de la Economía Colaborativa*. Tirant lo Blanch. Barcelona. 180-218. Disponible en: <http://biblioteca.tirant.com/cloudLibrary/ebook/show/9788491435099>
- OCU (2016): *Collaboration or Business? Collaborative Consumption: From value for users to a society with values*. OCU Ediciones. Madrid. Disponible en: <https://www.ocu.org>
- Parlamento Europeo (15.6.2017). *Resolución sobre una Agenda Europea para la economía colaborativa*. 2017/2003(INI). Disponible en: <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//NONSGML+TA+P8-TA-2017-0271+0+DOC+PDF+V0//ES>
- Sánchez Calero, F. y Sánchez-Calero Guilarte, J. (2013): *Instituciones de Derecho Mercantil* 36.^a Edición. Editorial Aranzadi. Cizur Menor (Navarra)
- Todolí Signes, A. (2017): *El trabajo en la era de la economía colaborativa*. Tirant lo Blanch. Barcelona. Disponible en: <http://biblioteca.tirant.com>
- Velasco San Pedro, L. A. (2015): “El consumo colaborativo en el transporte de personas”. *Diario La Ley* 8601. 2015. Disponible en: www.laleydigital.net