

Publicación científica: “El estatuto de los operadores y su sujeción a la normativa de competencia”, en *Tratado jurídico ibérico e iberoamericano del turismo colaborativo* / Humberto Gosálbez Pequeño (dir.), Aranzadi, Pamplona, 2021, ISBN 9788413454740, págs. 159-192 (en coautoría con I. González Cabrera)

EL ESTATUTO DE LOS OPERADORES Y SU SUJECCIÓN A LA NORMATIVA DE COMPETENCIA¹

Inmaculada González Cabrera
Profesora Titular de Derecho Mercantil
Universidad de Las Palmas de Gran Canaria

María del Mar Gómez Lozano²
Profesora Titular de Derecho Mercantil
Universidad de Almería

SUMARIO: I. CUESTIONES PREVIAS. 1. Concepto. 2. Servicios que comprende. 3. Sujetos. II. EL ESTATUTO DE LOS OPERADORES EN EL MARCO DE LA ECONOMÍA COLABORATIVA. III. SUJECCIÓN DE LOS OPERADORES EN EL ÁMBITO COLABORATIVO AL DERECHO DE LA COMPETENCIA. 1. Consideraciones generales. 2. La competencia desleal: actos de competencia desleal, comportamientos contrarios a la buena fe, publicidad ilícita y prácticas comerciales desleales. *a) Los actos de competencia desleal, los comportamientos contrarios a la buena fe y la publicidad ilícita. b) Las prácticas comerciales desleales.* 3. La defensa de la competencia: conductas anticompetitivas, abuso de posición dominante, falseamiento de la libre competencia por actos desleales y concentraciones.

I. CUESTIONES PREVIAS

¹ El presente trabajo se ha realizado en el marco de los siguientes Proyectos de Investigación: (i) el otorgado por el Ministerio de Economía, Industria y Competitividad, DER2017-85616-R, bajo el título: “Desmontando la economía colaborativa: Hacia una nueva forma de comercialización de productos y servicios”, cuyo IP es Inmaculada González Cabrera; (ii) el concedido por la Universidad de Córdoba en el marco de los Proyectos I+D+i del Programa Operativo FEDER Andalucía, expediente núm. 1263550, “El régimen jurídico del turismo colaborativo en Andalucía. A propósito de la (des)regulación española, portuguesa y latinoamericana”, cuyos IP son los profesores Humberto Gosálbez Pequeño y Manuel Rebollo Ruig; y (iii) el Cofinanciado por la Consejería de Economía, Industria, Comercio y Conocimiento y Programa Operativo FEDER Canarias 2014-2020, ProID2020010045, bajo el título De la economía colaborativa al turismo sostenible: Nuevos retos del turismo canario, cuyo IP es Inmaculada González Cabrera.

² Profesoras investigadoras del Grupo de investigación Turismo, Ordenación del Territorio y Medio Ambiente (TOTMA), que se integra dentro del Instituto Universitario ECOAQUA de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria. Se indica esta doble filiación en cumplimiento de la normativa propia de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria. Contacto: inmaculada.gonzalezcabrera@ulpgc.es y margomez@ual.es.

La temática objeto de examen es ya clásica en el ámbito del Derecho mercantil: El estatuto del empresario, pero, hasta ahora la misma se había tratado en ámbitos también tradicionales de este sector del Derecho. Sin embargo, el tópic en cuestión aborda aquí la problemática en un ámbito sin límites claros: el llamado turismo colaborativo y, en consecuencia, los partícipes en las transacciones realizadas bajo su paraguas. Ello nos obliga a realizar, aun cuando sea con carácter previo, un breve apunte de cuestiones tan básicas como qué es el turismo colaborativo, qué actividades abarca, quienes son las personas que operan en dicho sector y sus destinatarios, a fin de fijar unos márgenes más concretos en el que situar nuestro discurso. Precisamente por ello, dedicaremos estos primeros párrafos a determinar tales aspectos.

1. Concepto

Empezaremos por señalar que no existe una definición de turismo colaborativo, pues el mismo deriva del concepto más general de economía colaborativa, de tal suerte que parecen encajar en él todas aquellas actividades turísticas que se demanden a través de las plataformas colaborativas³, actividades estas que han tenido un enorme desarrollo en la última década, hasta el punto de que, en principio, y antes de verse afectado el sector por la pandemia de la COVID-19, no había destino turístico de importancia que no contara con servicios de alojamiento, transporte y experiencias que pudieran demandarse a través de las denominadas plataformas colaborativas, redes sociales o apps⁴.

Si el concepto de turismo colaborativo no es más que una referencia limitada a determinadas actividades que se realizan bajo el paraguas del término general de economía colaborativa, se impone pues, referirnos a este concepto para concretar el trabajo. Y es justo aquí cuando nuestro estudio empieza a complicarse, pues no parece haber unanimidad respecto a qué debemos entender por tal concepto. Ciertamente, ya afirmábamos⁵ que no era esta una cuestión pacífica atendiendo a las dispares posiciones que mantienen las instituciones de defensa de la competencia, la Unión Europea y la doctrina sobre qué debe entenderse por economía colaborativa y qué actividades puede englobar.

Así, la Comisión Nacional de los Mercados y de la Competencia (CNMC) y un amplio sector de la doctrina⁶ lo concibe como un modelo económico basado en el intercambio de

³ Así, PASCUAL, R.: “Turismo colaborativo: ¿un modelo de negocio original?”, disponible en <https://www.visionesturismo.es/turismo-colaborativo/>, señala que hablamos de turismo colaborativo o turismo P2P (*peer-to-peer*, entre particulares) para hacer referencia a una nueva tendencia en la forma de viajar, basada fundamentalmente en compartir alojamiento, medio de transporte o experiencias personales con otros usuarios a través de plataformas en las que el anfitrión publica su oferta y el turista realiza la reserva. También se ha venido aceptando esa denominación sin mayores reparos hasta el punto de que alguna bibliografía ya utiliza el término. *Vid.*, al respecto a AAVV.: *El régimen jurídico del turismo colaborativo*, Humberto Gosálbez Pequeño (Dir.), Madrid, Wolters Kluwer, 2019, y nuestro trabajo en dicha obra “El turismo colaborativo: Las múltiples actividades puestas al servicio del turismo y la dificultad de su encaje jurídico único”, pp. 23-66.

⁴ Una referencia a dichas actividades podemos encontrarlas en BULCHAND GIDUMAL, J y MELIÁN GONZÁLEZ, S.: *Una guía para entender la economía colaborativa: de clientes-consumidores a individuos-proveedores*, 2016, pp. 42 y ss.

⁵ GONZÁLEZ CABRERA, I.: *Bajo el paraguas de la economía colaborativa: El transporte a escena*, Dykinson, Madrid, 2020, p. 28.

⁶ Entre ella, *vid.* DOMÉNECH PASCUAL, G.: “La regulación de la economía colaborativa (“Uber contra el taxi”)”, *Revista CEFLEGAL*, CEF, núms. 175-176, 2015, p. 65; ALFONSO SÁNCHEZ, R.: “Aproximación jurídica a la economía colaborativa: diferentes realidades”, *Cuadernos de Derecho y*

bienes y servicios a través de plataformas digitales, con independencia de que exista o no ánimo de lucro, y con independencia de que sea entre pares o impares⁷. Sin embargo, entendemos que dicho concepto debería restringirse solo y exclusivamente para acoger a aquellas actividades que se realizan a través de las plataformas colaborativas entre pares o iguales, sin ánimo de lucro⁸, sin habitualidad en su ejercicio y, en consecuencia, sin conformar una actividad empresarial⁹ no pudiendo sustituir a una labor profesional o mercantil y en las que, además, exista una intermediación ligera de la plataforma, de tal suerte que esta tan solo sirva para poner en contacto a las partes.

Por su parte, la Unión Europea, alineándose con las tesis más amplias, la concibe como 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 particulares¹⁰, sin perjuicio de reconocer que tales bienes y servicios pueden ser igualmente suministrados por profesionales. Precisamente por ello, y pese a nuestro rechazo a este concepto tan amplio que diluye la verdadera economía colaborativa, se identifica esta actualmente con los nuevos modelos de negocio que utilizan las plataformas de colaboración, gracias al amplio desarrollo de la sociedad de la información¹¹.

Comercio, núm. 66, 2016, p. 17; FLAQUER RIUTORT, J.: “Reflexiones en torno a la discutida responsabilidad administrativa de los *marketplaces* turísticos”, *Diario La Ley*, núm. 8864, 2016, edición electrónica, p. 2 (pie de página 4); y, 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, p. 148. Desde una perspectiva más económica, también defienden esta tesis BULCHAND-GIDUMAL, J. y MELIÁN-GONZÁLEZ, S., *Una guía para entender la economía colaborativa: de clientes-consumidores a individuos-proveedores*, ob. cit., pp. 2, 5 y ss., y en “Relación entre sostenibilidad y turismo colaborativo a partir de las quejas recibidas en el alojamiento en vivienda vacacional”, *Cuadernos económicos de ICE*, núm. 93, 2017, pp. 91 y ss.

⁷ Lo cierto es que este tipo de transacciones nació como un mercado entre particulares *peer-to-peer* (P2P) o *consumer-to-consumer* (C2C), permitiendo un uso racional de los bienes y servicios infrutilizados.

⁸ Si bien se reconoce que este ánimo de lucro es difícil de delimitar pues dependerá de que se entienda solo y exclusivamente como la obtención de un beneficio bruto, neto o incluso con el ahorro de costes. Sobre el particular *vid.*, a JARNE MUÑOZ, P.: *Economía colaborativa y plataformas digitales*, Reus Editorial, Madrid, 2019, pp. 30 y s. También a 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”, ob. cit., p. 269.

⁹ Entre ellas destacan JARNE MUÑOZ, P.: *Economía colaborativa y plataformas digitales*, ob. cit., p. 29; FERNÁNDEZ PÉREZ, N.: *El alojamiento colaborativo*, Valencia, Tirant lo Blanch, 2018, pp. 175 y ss.; MIRANDA SERRANO, L. M.: “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, pp. 203 y 207 y ss.; TOURIÑO, A.: “La economía colaborativa desde la óptica de la competencia desleal. Análisis de los autos de medidas cautelares dictados en los casos de Uber, BlaBlaCar y Cabify”, *Actualidad Civil*, núm. 4, abril de 2016, ed. Electrónica, p. 4; y, ZALE, K.: “Sharing Property”, *University of Colorado Law Review*, vol. 87, 2016, p. 514; quien señala que el término “sharing” (compartir) tiene connotaciones positivas, e invoca información y actos gratuitos en la mente de muchos que escuchan esta palabra. Lo cierto es, a nuestro juicio, que nos parece más adecuada una definición más estricta o purista de la economía colaborativa, pues solo así podemos abordar la regulación del resto de las actividades que se realizan en las plataformas de forma coherente con la actividad empresarial tradicional.

¹⁰ COM (2016) 356 final, p. 3.

¹¹ Con todo, hay quienes empiezan a pulir cierta diferencia entre los operadores que utilizan estas plataformas, diferenciando de un lado la naturaleza de las mismas y su uso por profesionales o por particulares. Así, MELIÁN GONZÁLEZ, S. y BULCHAND GIDUMAL, J.: “La vivienda vacacional como parte del fenómeno de la economía colaborativa”, en *Las viviendas vacacionales: entre la economía colaborativa y la actividad mercantil*, Inmaculada González Cabrera, y María del Pino Rodríguez González

2. Servicios que comprende

Si hay un sector que se ha visto positivamente afectado por el desarrollo de la economía colaborativa es el turismo. De hecho, una de las actividades más significativas es el alojamiento con fines turísticos o vacacionales¹². Dicho alojamiento se demanda a través de plataformas como Airbnb¹³, Homeaway, o Windu, entre otras, cuando se requiere un alquiler vacacional mediante precio, o a través de HomeExchange o Couchsurfing cuando se solicita el intercambio de casas para pasar las vacaciones o un alojamiento sin contraprestación económica, alojándose una o dos noches en algún lugar para pernoctar en la casa de un particular. Todas ellas son plataformas cuyo fin es facilitar el contacto y la concertación de acuerdos entre quien demanda un alojamiento en el lugar visitado y quien puede ofrecérselo, en unos casos de forma gratuita (si bien cabe matizar esta última afirmación señalando que se trata de alojamientos sin pago monetario o en ocasiones con un abono insignificante¹⁴), y en otros mediante una contraprestación económica¹⁵.

(Dir.), Dykinson, Madrid, 2019, p. 26, consideran que, con carácter general, plataformas como Airbnb, que pueden utilizarse por los particulares para ofrecer sus viviendas por corto espacio de tiempo, así como, por inmobiliarias para ofertar también sus inmuebles, son plataformas de economía colaborativa, si bien “estos casos específicos de ventas por parte de las empresas quedarían fuera de la definición de economía colaborativa”.

¹² La actividad que mayor demanda tiene a través de las múltiples plataformas digitales creadas al efecto, es la de alojamiento.

¹³ Ha de destacarse la enorme capacidad de recuperación que tiene esta compañía en relación al resto del sector alojativo que ha tenido cuantiosas pérdidas económicas. De hecho, la salida a bolsa y la dotación de acciones reservada a los anfitriones se señala como modelo a tener en cuenta para la recuperación de distintas compañías. Vid. <https://www.smarttravel.news/airbnb-desliza-gran-experimento-salida-bolsa/>

¹⁴ Por ejemplo, una cantidad de 10 euros diarios que casi vienen a cubrir el coste mínimo del gasto en agua y electricidad.

¹⁵ En esta línea, el Dictamen del Comité Europeo de las Regiones: *Economía colaborativa y plataformas en línea: una visión compartida de ciudades y regiones*, (2017/C 185/04), en sus observaciones sobre la Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones: *Las plataformas en línea y el mercado único digital: retos y oportunidades para Europa*, COM (2016) 288 final, así como, sobre la COM (2016) 356 final, ob. cit., considera que la referencia al aspecto “sin ánimo de lucro” de la economía colaborativa en tales documentos es insuficiente pues, aunque las transacciones de la llamada economía colaborativa no implican un cambio de propiedad y pueden realizarse con o sin ánimo de lucro, los cambios e innovaciones que promueve esta vía no se limitan a los efectos derivados del juego de la oferta y la demanda de servicios. Es más, el ánimo de lucro no es exclusivo de la actividad empresarial, pues es legítimo que los particulares puedan incrementar su patrimonio explotándolo. Vid., sobre el particular el comentario de la STJUE, de 10 de abril de 2008, realizada por GRAMUNT FOMBUENA, M^a. D.: “Economía de plataforma y protección de los consumidores”, en *Propuestas de regulación de las plataformas de economía colaborativa: perspectivas general y sectoriales*, Antonio Ortí Vallejo y Gemma Rubio Gimeno (Dirs.), Cizur Menor, Aranzadi, 2019, pp. 176 y s.

FERNÁNDEZ PÉREZ, N.: “La controvertida naturaleza jurídica de las plataformas de alojamiento”, *Revista General de Derecho del Turismo*, núm. 1, 2020, ed. electrónica, acertadamente las distingue entre “redes sociales p2p donde los usuarios comparten un sistema que les permite intercambiar experiencias y servicios que no implican un coste monetario” y los *market places* como modelos de negocios.

En cualquier caso, bueno es saber que no son estas las únicas plataformas en las que cabe encontrar alojamiento existen otras, como Campspace que ofrece la acampada en la naturaleza con personas de la comunidad local como acompañantes o guías, o Evergreen club, que permite la demanda de *Bed and Breakfast* a precios asequibles.

Junto al alojamiento cobra cada vez más interés el transporte, bien sea para trasladarse desde el lugar de residencia al de destino, bien sea para moverse en este último. Entre los primeros destaca Blablacar o Amovens, plataformas de *Ride Sharing*, cuyo rol se limita a poner en contacto a un conductor que desea realizar un viaje con potenciales interesados en hacer el mismo itinerario y compartir los gastos. El conductor publica en la plataforma su itinerario y las plazas libres de su vehículo logrando así captar a otros viajeros que estén interesados en dicho recorrido. Es el conductor quien establece el precio del viaje, en función de los costes que vaya a tener, sin perjuicio de que la plataforma puede ayudarle sugiriendo determinadas cantidades en función del trayecto. La plataforma, obviamente, como todas, cobra una determinada cantidad a los partícipes en concepto de intermediación, ahora bien, dichas cantidades no pueden ser entendidas como un lucro derivado del servicio de transporte¹⁶. Existen, asimismo, plataformas colaborativas a través de las que se demandan otro tipo de transportes, tales como motocicletas, autocaravanas, barcos y aviones¹⁷.

Ahora bien, al margen de ellas, es habitual que los viajeros demanden vehículos con conductor para el traslado dentro de las ciudades que visita o para el desplazamiento entre el aeropuerto, puerto o estación de ferrocarril, hasta su alojamiento y viceversa. De ahí, el notable uso que se hace de aplicaciones móviles de Uber o Cabify, entre otras. Ha de señalarse, que Uber y Cabify son realmente empresas transportistas, que usan la plataforma digital para la contratación de sus servicios, de tal suerte que el viajero demanda un determinado vehículo que cubra un trayecto y la app le envía aquél que mejor se adapte a sus necesidades, dentro de los que están en un radio cercano al lugar de recogida. Tales empresas suministran un servicio similar al que realiza el sector del taxi, con quienes compiten abiertamente, hasta el punto de que ambas han incorporado un número de taxis, para realizar sus servicios interurbanos.

Aparte de los dos elementos ya señalados que, obviamente, comportan los servicios esenciales para que podamos hablar de turismo (alojamiento y transporte), también se configuran como servicios de turismo colaborativo otros que utilizan dichas plataformas para el ofrecimiento de prestaciones vinculadas al sector. Ejemplo de ello pueden ser plataformas como Toursbylocal, en la que puede contratarse a un guía local privado; TripUniq o Withlocals, plataformas en las que un residente de la localidad de destino planifica el viaje del visitante guiándose por sus intereses, tratando de ofrecerle una experiencia exclusiva y auténtica por cuanto se aleja del típico viaje para turistas; o, Wonowo, que permite planificar un viaje utilizando tan solo recursos de la economía colaborativa: transporte, alojamiento y actividades varias¹⁸.

¹⁶ Así lo afirma VAZQUEZ RUANO, T., “Economía colaborativa y el transporte de personas”, *CIRIEC Revista Jurídica*, núm. 31, 2017, p. 330. En la misma línea, ARMENGOL i GASULL, O. Y OLMOS CASTRO, N., “El impacto de la economía colaborativa en el transporte interurbano: un análisis jurídico del *Ride Sharing*”, en *La regulación de la economía colaborativa*, Juan José Montero Pascual (dir.), Tirant lo Blanch, Valencia 2017, p. 328. El éxito que tiene hoy “*Blablacar*” no sólo se centra en la posibilidad de realizar un trayecto más barato, pues al fin y al cabo, el viajero se pone en manos de un no profesional que realiza el viaje, sino en la confianza que se va generando a través de la plataforma, sobre todo entre los jóvenes; *Vid.* al respecto las declaraciones de Jaime Rodríguez en <http://vlex.com/vid/jaime-rodriguez-pasando-mentalidad-654342521>, consultadas el 26 de septiembre de 2018.

¹⁷ Son estos tres últimos los más utilizados con fines vacacionales, si bien, el alquiler de barcos y aviones se reserva para un sector de la población con alto nivel adquisitivo. Ejemplo de ellas son “*Boatsetter*” y “*Boaterfly*” (caracterizado por el alquiler de barcos entre particulares).

¹⁸ Según su propia página *web*, se trata de un metabuscador para el turista colaborativo, una manera diferente de viajar que supone un ahorro considerable frente a un viaje tradicional. Así, el viajero señalando un destino podrá recibir ofertas que se buscarán en múltiples páginas “*webs*” vinculadas a la economía

3. Sujetos

Especial atención merecen los sujetos que participan en las transacciones de turismo colaborativo. Obviamente, esta relación puede ser triangular o bilateral, dependiendo del papel que tenga la plataforma, como prestadora de un servicio de la sociedad de la información o como prestadora de un servicio turístico. Asimismo, la relación que se genera entre los partícipes en la relación final por la cual se demanda y suministra un concreto servicio podrá encajar en una relación de consumo o ser, sencillamente, una relación entre particulares.

Por lo que respecta al rol que juega la plataforma y su condición de empresario hemos de tener en cuenta los criterios claves admitidos en la Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social y al Comité de las Regiones: *Una agenda europea para la economía colaborativa*¹⁹ con el claro propósito de desentrañar la naturaleza jurídica de estas plataformas²⁰. En ella se prevé la diferencia entre las distintas plataformas en línea dependiendo de que estas se reserven un papel de mero intermediador o que presten, por sí mismas, el servicio subyacente. Tales criterios claves son: a) la prevalencia al control o influencia que la plataforma colaborativa ejerce sobre el prestador de los servicios²¹; b) la fijación del precio de estos; c) el establecimiento de los términos y condiciones contractuales; d) si posee activos clave para la prestación del servicio subyacente; e) si es la plataforma quien sufraga los gastos y asume todos los riesgos relacionados con la prestación del servicio subyacente; o f) si existe una relación laboral entre la plataforma colaborativa y la persona que presta el servicio subyacente en cuestión, pues tales elementos podrían indicar, en definitiva, que la plataforma ejerce un gran nivel de control e influencia sobre la prestación del servicio subyacente²².

Pues bien, atendiendo a tales criterios el TJUE se ha pronunciado sobre dos de las grandes compañías que han venido operando en el ámbito de la economía colaborativa con desigual solución. Así, considera que Uber responde mejor a una empresa de “servicio en

colaborativa como *Windu*, *Rentalia*, *Homeaway*, *9flats.com*, *Blablacar*, *Roomorama*, *Only-apartments* o *Driveme*.

¹⁹ COM (2016) 356 final, p. 6 y ss.

²⁰ Ver sobre el tema a FERNÁNDEZ PÉREZ, N.: *El alojamiento colaborativo*, ob. cit., pp. 155 y ss., también, “La controvertida naturaleza jurídica de las plataformas de alojamiento”, *Revista General de Derecho del Turismo*, núm. 1, 2020, ed. electrónica; GONZÁLEZ CABRERA, I.: *Bajo el paraguas de la economía colaborativa: El transporte a escena*, Dykinson, Madrid, 2020, pp. 47 y ss., así como, *El alojamiento colaborativo o el nuevo hospedaje low cost*, Dykinson, Madrid, 2020, pp. 28 y ss.; y MAYORGA TOLEDANO, M.C.: “La intermediación en línea de las plataformas. El caso de Airbnb”; en *Las viviendas vacacionales: entre la economía colaborativa y la actividad mercantil*, Inmaculada González Cabrera, y María del Pino Rodríguez González (Dir.), Dykinson, Madrid, 2019, pp. 56 y ss.

²¹ El auxilio de algunas plataformas a otras con las modalidades de pago, cobertura de seguro, servicios posventa, mecanismos de evaluación o calificación, etc., no constituye por sí mismo una prueba de influencia y control por lo que respecta al servicio subyacente. Sin embargo, en general, cuanto más gestionan y organizan las plataformas colaborativas la selección de los proveedores de los servicios subyacentes y la manera en que se prestan dichos servicios —por ejemplo, verificando y gestionando directamente la calidad de los servicios—, más evidente resulta que la plataforma colaborativa puede tener que ser considerada también ella misma como proveedora de los servicios. *Vid.* COM (2016) 356 final, p. 7.

²² COM (2016) 356 final, p. 7.

el ámbito de los transportes”, toda vez que el servicio que se presta a través de la app forma parte integrante de un servicio global cuyo elemento principal es un servicio de transporte, por lo que está indisolublemente vinculado al servicio de transporte que realizan los conductores²³. Por el contrario, entiende que Airbnb como plataforma que ofrece servicios en el sector del alquiler a corto plazo resulta una plataforma prestadora de un servicio de la sociedad de la información por cuanto se limita a permitir el encuentro y las transacciones entre sus usuarios, sin que cuente con activos propios que permitan la prestación del servicio subyacente, ni puedan aplicársele los demás criterios establecidos por la Comisión para entenderla como prestadora del servicio de alojamiento, tales como la fijación de precios y condiciones del servicio²⁴. El hecho de que la plataforma pueda ofrecer algunos alicientes como “servicios de seguro y calificación a sus usuarios no tiene por qué alterar esta conclusión”²⁵.

Las antedichas conclusiones pueden ser extrapolables a cualesquiera otras plataformas además de las mencionadas inicialmente. De hecho, la mayoría de ellas, operan como plataformas de servicios de la sociedad de la información y no como prestatarios de servicios turísticos.

En consecuencia, tenemos a la mayor parte de las plataformas señaladas como empresarias del servicio de la sociedad de la información, con la clara salvedad de aquellas, como Uber o Cabify, que utilizan a conductores con licencia VTC para la prestación del servicio de alquiler de vehículo con conductor, que solo podrán prestarse a través de la utilización de sus propias apps, y que actúan como empresarios del servicio de transporte.

Las primeras serán, en consecuencia, meros intermediadores de transacciones que podrán llevarse a cabo por empresarios y consumidores (B2C)²⁶ o por los mal llamados consumidores entre sí (C2C)²⁷ o prosumidores²⁸. Las segundas, verdaderos empresarios suministradores de servicios de transporte.

²³ Sentencias de 20 de diciembre de 2017 (Asunto C-434/15, Caso Asociación Profesional Élite Taxi contra Uber Systems Spain, S.L.) y de 10 de abril de 2018 (Asunto C-320/16, Caso Uber France).

²⁴ Sentencia del TJUE de 19 de diciembre de 2019 (Asunto C-390/18, Caso Airbnb Ireland).

²⁵ COM (2016) 356 final, p. 7.

²⁶ Transacciones bussiness to consumer.

²⁷ Transacciones entre iguales o consumer to consumer.

²⁸ La locución “prosumidor” no es más que la unión de dos términos: productor y consumidor, entendiéndose por tal al consumidor que de forma activa interviene en las transacciones de tal forma que al propio tiempo produce bienes o servicios que facilita o suministra, normalmente a otro consumidor. MUÑIZ ESPADA, E.: *La nueva regulación de los contratos de crédito inmobiliario, una ulterior evolución doctrinal hacia la vivienda colaborativa*, Aranzadi, Cizur Menor, 2018, p. 100, estima que se trata de un individuo más ambivalente, consumidor en ocasiones y productor en otras, prefiriendo obtener información de fuentes no oficiales y resolver también sus conflictos de forma ajena a los procedimientos regulados. Sin embargo, buena parte de la doctrina mercantilista, entre la que nos encontramos, recela de un término ambivalente que no cabe en nuestro derecho, pues cuando una persona actúa en el mercado suministrando bienes o servicios de forma habitual, utilizando una estructura llamémosla empresarial y con ánimo de lucro, ostenta la condición de empresario conforme a nuestro código de comercio. *Vid.* al respecto las posturas de BENAVIDES VELASCO, P.: “La nueva regulación sobre la contratación de viviendas con fines turísticos”, en *Retos y tendencias del Derecho de la Contratación Mercantil*, Miranda Serrano L. M. y Pagador López, J. (Dir.), Marcial Pons, Madrid, 2017, pp. 165 y ss.; *idem*, “Estrategias regulatorias para abordar los problemas de explotación de las viviendas turísticas ofertadas a través de plataformas colaborativas”, en *Las viviendas vacacionales: entre la economía colaborativa y la actividad mercantil*, Inmaculada González Cabrera, y María del Pino Rodríguez González (Dir.), Dykinson, Madrid, 2019, pp.

Cuestión aparte merece Airbnb, que conforme a la sentencia del TJUE de 19 de diciembre de 2019 (Asunto C 390/18), encaja en el perfil de una prestadora de servicios de la sociedad de la información, si bien, en nuestra opinión, compartiendo que no cabe conforme a las actuales reglas configurarla como un empresario prestador del servicio de alojamiento, su volumen de negocios y las relaciones establecidas con sus anfitriones y con los usuarios demandantes del servicio de hospedaje, la acercan más a un prestador de servicio turístico que a un mero intermediador en la demanda de este, de ahí que hayamos abogado por un reconocimiento explícito de esta plataforma como mixta, con una ordenación propia que atienda justamente a ese carácter híbrido entre el prestador del servicio de la sociedad de la información y el servicio subyacente²⁹. Además, dicha regulación ha de afrontarse, en la misma línea que la normativa protectora de los consumidores, esto es, “con un marcado carácter tuitivo frente al consumidor, exigiendo mayores deberes de información tanto para la plataforma como para los prestadores de servicios que operen en ella, así como requiriéndole un mayor estándar de diligencia que el solicitado a los prestadores de SSI y, en consecuencia, un régimen de responsabilidad más riguroso”³⁰.

Decíamos que esta relación podía ser bilateral, en cuyo caso nos encontramos con un prestador del servicio subyacente y un demandante del mismo, normalmente un consumidor, o bien, con una relación triangular, en la que la plataforma mantiene un rol de mero intermediador, estableciéndose las relaciones entre el demandante del servicio y quien lo presta, pudiendo ser esta una relación de consumo, si se dan las condiciones establecidas 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), o entre iguales si quien demanda el servicio y lo suministra son particulares. Es decir, en nuestro modelo de Derecho privado, la noción de consumidor surge cuando la parte con la que un particular contrata es un empresario. No existiendo una contraparte profesional, no surge una relación desigual y, por tanto, no es en ningún caso merecedora de la protección que otorga la normativa protectora de estos intereses.

II. EL ESTATUTO DE LOS OPERADORES EN EL MARCO DE LA ECONOMÍA COLABORATIVA

Nos referimos con carácter general al estatuto del empresario para hacer referencia al *corpus* normativo que le resulta aplicable cuando ostenta la condición de empresario conforme a nuestra normativa, en especial, el Código de Comercio. De hecho, resulta unánime en la doctrina mercantilista concebir como empresario a la persona mayor de edad y con libre disposición de sus bienes que realiza de forma habitual y en nombre propio una actividad constitutiva de empresa, asumiendo los derechos y obligaciones que

135 y s.; y a FERNÁNDEZ PÉREZ, N.: *El alojamiento colaborativo*, ob. cit., p. 170 y ss.; *idem*, Las viviendas vacacionales: ¿Entre la economía colaborativa y la actividad mercantil? Una reflexión desde el prisma del derecho mercantil”, ob. cit., pp. 80 y ss.

²⁹ GONZÁLEZ CABRERA, I.: *El alojamiento colaborativo o el nuevo hospedaje low cost*, Madrid, Dykinson, 2020, p. 68.

³⁰ *Ibidem*, p. 69. En la misma línea se había pronunciado FERNÁNDEZ PÉREZ, N.: “La controvertida naturaleza jurídica de las plataformas de alojamiento”, ob. cit.

resulten de dicha explotación³¹.

Y es que como se señala unánimemente por la doctrina³² el empresario es un sujeto supeditado a un especial régimen jurídico distinto a los que poseen el resto de los sujetos sometidos al Derecho privado. Su especialidad es tanto económica como jurídica. Económica porque realiza una concreta actividad mercantil. Jurídica porque, en consecuencia, el ordenamiento jurídico establece para él un *status* especial, integrado por derechos y obligaciones especiales para este tipo de sujetos, distintos de los deberes y derechos, tanto de particulares que puedan realizar actividades económicas entre sí, como de empresarios mercantiles distintos del empresario individual³³.

Esta especialidad está ligada, también a su responsabilidad, que resultará personal e ilimitada por las consecuencias jurídicas que resulte de su actividad, salvo que esta, en sí misma, tenga algún tipo de especialidad o limitación.

Ahora bien, en las páginas precedentes y por lo que afecta a la demanda de alojamiento a través de plataformas mixtas o híbridas, cabría plantear si estas, no ostentando la condición de empresarios prestadores del servicio subyacente específicamente, sí pueden entrar en la concepción de operadores económicos entendiendo por tales a quienes realizan operaciones en el mercado con independencia de que encajen en el antedicho concepto de empresario³⁴.

A tales efectos preocupan varias cuestiones: a) su relación con el demandante del servicio, en especial si dicha relación es o no de consumo; b) si tal empresario requiere inscripción en el Registro Mercantil; c) si, en consecuencia, está obligado a la llevanza de una contabilidad ordenada; y d) su condición en el concurso.

La calificación de una relación de consumo viene determinada por varios factores que derivan de la relación de desigualdad que se pudiera generar entre las partes (suministrador del servicio y demandante del mismo). De conformidad con el artículo 3 del TRLGDCU y salvo *lo dispuesto expresamente en sus libros tercero y cuarto, son consumidores o usuarios las personas físicas que actúen con un propósito ajeno a su actividad comercial, empresarial, oficio o profesión. Son también consumidores a efectos de esta norma las personas jurídicas y las entidades sin personalidad jurídica que actúen sin ánimo de lucro en un ámbito ajeno a una actividad comercial o empresarial*³⁵. En consecuencia, nuestra norma concibe como consumidor y usuario tanto a las personas físicas que actúen con un propósito ajeno a su actividad comercial, empresarial, oficio o

³¹ Vid., sobre el concepto de empresario, *vid.* a ROJO, A.: “El empresario (I)”, en *Lecciones de Derecho Mercantil*, Aurelio Menéndez y Ángel Rojo (Dir.), 17 ed., Aranzadi, Cizur Menor, 2019, pp. 45 y ss.

³² Vid. entre otros a BROSETA PONT, M. y MARTÍNEZ SANZ, F.: *Manual de Derecho Mercantil*, 26ª, ed. Tecnos, Madrid, 2019, p. 102; BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, A.: *Apuntes de Derecho Mercantil*, 21ª ed., Aranzadi, Cizur Menor, 2020, ed. electrónica, pp. 190 y ss.

³³ BROSETA PONT, M. y MARTÍNEZ SANZ, F.: *Manual de Derecho Mercantil*, *ob. cit.*, p. 102.

³⁴ BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, A.: *Apuntes de Derecho Mercantil*, *ob. cit.*, pp. 185 y ss., amplía el concepto a sociedades cooperativas, a sociedades agrarias, asociaciones y a las denominadas sociedades irregulares.

³⁵ Téngase en cuenta que el artículo 3 del TRLGDCU ha sido reformado para añadir la noción de “personas consumidoras vulnerables”, definidas como “aquellas personas físicas que, de forma individual o colectiva, por sus características, necesidades o circunstancias personales, económicas, educativas o sociales, se encuentran, aunque sea territorial, sectorial o temporalmente, en una especial situación de subordinación, indefensión o desprotección que les impide el ejercicio de sus derechos como personas consumidoras en condiciones de igualdad” (ver art. 1.1, del RDL 1/2021, de 19 de enero, de protección de los consumidores y usuarios frente a situaciones de vulnerabilidad social y económica).

profesión, como a las personas jurídicas y a las entidades sin personalidad jurídica que actúen sin ánimo de lucro, obviamente, también, en un ámbito ajeno a una actividad comercial o empresarial³⁶.

Ahora bien, este concepto necesita pulirse algo más, pues solo tendrán tal consideración quienes demanden tales bienes y servicios a un empresario y no a un particular, pues en tal caso, la relación que se suscita entre demandante y prestador del servicio es una relación entre pares e iguales, no requiriendo especiales reglas de seguridad para uno de ellos. Se entiende que en estas condiciones las partes negocian debidamente el contrato, sin que quepa imponerse el clausulado por ninguno de ellos, pues no se le reconoce una posición dominante, y, en consecuencia, no existiría desequilibrio alguno entre ambas partes.

En esta línea solo cabría abogar por cierto *status jurídico* para aquellos operadores que vengan a actuar el mercado como un empresario, porque explotan la actividad con habitualidad, con ánimo de lucro y conformando su hacer una verdadera actividad empresarial que sustituye en la práctica la labor profesional o mercantil de otro operador sectorial³⁷.

Por lo que atañe a la eventual inscripción del prestador del servicio en el Registro Mercantil, está íntimamente unido a la cuestión anterior, pues habrá de estarse a si dicho prestador es un empresario o no y, si lo es, a qué condición asume, esto es, se trata de un empresario individual o de una sociedad y, en tal caso qué tipo. Y es que, como de todos es sabido, la inscripción de estos empresarios en el Registro Mercantil es potestativa en el caso del empresario individual y obligatoria y constitutiva para los tipos sociales³⁸.

Sea como fuere, empresario individual o sociedad, los empresarios en España están obligados a llevar una contabilidad ordenada y adecuada a la actividad empresarial a la que se dedique, con independencia del mayor rigor establecido en el Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital, para estas últimas. Ciertamente, como bien dice autorizada doctrina “el ejercicio de una actividad empresarial como actividad organizada y planificada que persigue la obtención de una ganancia racionalmente calculada o, al menos, que los ingresos sean suficientes para la cobertura de los gastos nunca podría conseguir esos resultados sin la llevanza por el empresario de una contabilidad escrita

³⁶ Será consumidor o usuario la persona a la que se le proporcionan géneros y servicios para su uso privado (Carta de Protección de los Consumidores del Consejo de Europa de 17 de mayo de 1973).

³⁷ En esta línea asumimos los elementos que vienen a considerar al operador como empresario y no como un prosumidor. Así parecen reconocerlo también BENAVIDES VELASCO, P.: “La nueva regulación sobre la contratación de viviendas con fines turísticos”, ob. cit., p. 173; FERNÁNDEZ PÉREZ, N.: Las viviendas vacacionales: ¿Entre la economía colaborativa y la actividad mercantil? Una reflexión desde el prisma del derecho mercantil”, en *Las viviendas vacacionales: entre la economía colaborativa y la actividad mercantil*, Inmaculada González Cabrera, y María del Pino Rodríguez González (Dir.), Dykinson, Madrid, 2019, pp. 80 y ss.; MIRANDA SERRANO, L. M.: “Economía colaborativa y competencia desleal. ¿Deslealtad por violación de normas a través de la prestación de servicios facilitados por plataformas digitales?”, ob. cit., pp. 203 y 207 y ss.

³⁸ Artículo 19 del Código de Comercio y artículo 4 del Real Decreto 1784/1996, de 19 de julio, por el que se aprueba el Reglamento del Registro Mercantil. La salvedad reconocida en el primero es para el naviero, pero estamos tratando la condición de empresario de plataformas dedicadas a la eventual prestación del servicio de alojamiento, además del servicio de intermediación de la sociedad de la información.

que posibilite conocer, día a día, la marcha de las operaciones, la situación de los negocios y el rendimiento de los mismos”³⁹.

Esta contabilidad ordenada precisa para el empresario individual la llevanza de, al menos, un libro de Inventarios y Cuentas anuales y otro Diario (art. 25 Código de Comercio, Cc, en lo sucesivo), libros estos que pueden generarse a través de asientos telemáticos. En el primero se llevará el inventario de los bienes adscritos a la actividad del empresario, así como, las cuentas anuales. Conforme al artículo 26 del Cc, este se abrirá con el balance inicial detallado de la empresa, se recogerán en él, al menos de forma trimestral, los balances de comprobación (sumas y saldos), así como, recogerá también el inventario de cierre de ejercicio y las cuentas anuales.

Por lo que atañe al Libro Diario, de conformidad con el artículo 26.2 del Cc, vendrá a registrar las operaciones diarias relativas a la actividad del empresario, aunque es igualmente válida la anotación conjunta de los totales de las operaciones por períodos no superiores al trimestre, siempre que el detalle de estas aparezca en otros libros o registros concordantes, de acuerdo con la naturaleza de la actividad de que trate.

Obviamente, sea cual sea el procedimiento que se utilice (libros físicos o registros telemáticos), dichos libros y demás documentos contables han de ser llevados con claridad, por orden de fechas y sin que existan espacios en blanco, interpolaciones, tachaduras o similares. De hecho, de advertirse algún error, habrán de salvarse a continuación y de forma inmediata (art. 29 Cc).

Además, ha de tenerse en cuenta la obligación que tiene el empresario de conservar esta documentación al menos durante los seis años posteriores al último asiento, obligación esta de la que no se exime ni por su cese, ni por su fallecimiento, pues se traslada, en tal caso, a sus herederos (art. 30 Cc).

Por último, y por lo que respecta al ámbito concursal, la ya derogada Ley 22/2003, de 9 de julio, Concursal vino a establecer un único procedimiento para la persona física o jurídica que se encontrara en insolvencia provisional o definitiva, generalizando el concurso para todo acreedor insolvente, con independencia de que fuera un empresario o un particular. Es más, dicha norma derogó el antiguo régimen específico y especial para el empresario que distinguía entre la suspensión de pagos y la quiebra. Actualmente, el Real Decreto Legislativo 1/2020, de 5 de mayo, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley Concursal y como no podía ser de otro modo, mantiene la uniformidad de dicho régimen, sacando así del *status jurídico* del empresario esta particularidad.

III. SUJECCIÓN DE LOS OPERADORES EN EL ÁMBITO COLABORATIVO AL DERECHO DE LA COMPETENCIA

1. Consideraciones generales

La actividad comercial ha de desarrollarse, según los principios constitucionales, en un marco de libre competencia. Pero, además, los operadores deben contar con los mecanismos necesarios para hacer cesar los comportamientos desleales de los que puedan ser objeto. Se utiliza en este breve estudio un concepto de Derecho de la competencia en sentido amplio, que incluye tanto las reglas de la denominada “defensa de la

³⁹ ROJO, A.: “La contabilidad (I)”, en *Lecciones de Derecho Mercantil*, ob. cit., p. 115.

competencia”⁴⁰ como aquellas relativas a la lealtad en el mercado, incluyendo la que afecta a la actividad publicitaria.

De este modo, se puede indicar que cualquier operador, sea cual sea el sector en el que desarrolle su actividad o sea cual sea su perfil como agente dentro del mercado, queda sometido a todas estas reglas, independientemente, además, de si su actividad la realiza a través del comercio tradicional o del comercio electrónico, en un mercado cada vez más digital.

En el sector turístico, en el que tienen especial relevancia las actividades relacionadas con la prestación de servicios de transporte y de alojamiento, pues ambas pueden además integrar los denominados viajes combinados y servicios de viaje⁴¹, se ha de advertir que las nuevas tendencias han llevado a un uso prioritario de nuevas formas de contratación y de búsqueda de alojamientos⁴². Esta nueva economía de plataformas⁴³, en las que la intermediación de estos sujetos resulta primordial para la realización de estas operaciones, ha supuesto un cambio radical en el mercado del alojamiento turístico.

Antes de ofrecer las claves de esos comportamientos anticompetitivos y desleales en este mercado del alojamiento que se desarrolla en entornos digitales, han de abordarse algunas cuestiones previas, al margen del planteamiento general relativo a si los variados y constantes nuevos modelos de negocio que surgen en el ámbito del mercado del alojamiento (colaborativo o no), han de adaptarse a la normativa reguladora del mercado o a la inversa⁴⁴, teniendo además presente el inconveniente que presenta el ámbito globalizado de actuación de estas plataformas⁴⁵.

⁴⁰ BERCOVITZ RODRIGUEZ-CANO, A.: *Apuntes de Derecho Mercantil*, ob. cit., Capítulo I, epígrafe III.

⁴¹ Ver el artículo 151 TRLGDCU.

⁴² Esta nueva forma de contratar servicios relacionados con la actividad turística es descrita ampliamente por BASTANTE GRANELL, V.: “El turista 3.0 o adprosumer. Un nuevo reto para el derecho y la economía”, *Revista Internacional de Derecho del Turismo*. RIDETUR, vol. 2, nº. 2, 2018, pp. 47-73.

⁴³ El servicio de intermediación prestado por las plataformas ya ha quedado claro que es un servicio de la sociedad de la información en el sentido de 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, pues según el TJUE, “tiene por objeto poner en contacto mediante una plataforma electrónica a potenciales arrendatarios con arrendadores, profesionales o no profesionales, que proponen servicios de alojamiento de corta duración y que, además, ofrece otras prestaciones accesorias de ese servicio de intermediación” (STJUE de 19 de diciembre de 2019).

⁴⁴ Sobre los modelos de negocio, ver entre otros, MIRANDA SERRANO, L. M^a: “Economía colaborativa y competencia desleal: ¿deslealtad por violación de normas a través de la prestación de servicios facilitados por plataformas digitales?”, ob. cit., pp. 199 a 210 y GONZÁLEZ FERNÁNDEZ, M^a B.: “Economía colaborativa, competencia y viviendas turísticas: buscando el equilibrio”, en *Las viviendas vacacionales: entre la economía colaborativa y la actividad mercantil*, Inmaculada González Cabrera, y María del Pino Rodríguez González (Dir.), Beatriz Fonticiella Hernández (coord.), Dykinson, Madrid, 2019, pp. 195 y 197.

⁴⁵ En relación con el Derecho internacional privado, cabe citar el trabajo de HORRACH ARMO, J. G.: “La determinación de la ley aplicable a la responsabilidad de las plataformas de alojamiento vacacional atendiendo al principio del país de origen y a la libre prestación de servicios”, *Bitácora Millennium DIPr: Derecho Internacional Privado*, núm. 13, 2021 (ed. electrónica), que analiza las disposiciones aplicables sobre el mercado interior (art. 3 de 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

En cualquier caso, y al margen de la necesidad de modificar la normativa que regula el mercado digital, demandada por la rapidez con la que evolucionan la tecnología y las prácticas comerciales, hay que insistir en la idea de que cualquier operador que desarrolla su actividad en la sociedad de la información no está obligado a cumplir únicamente este conjunto normativo específico, sino también y muy especialmente, las reglas generales del mercado⁴⁶.

Nos encontramos, como ya se indicó en el epígrafe anterior, en un ámbito con una realidad muy diversa en cuanto a los sujetos intervinientes (oferentes y destinatarios del servicio e intermediadores)⁴⁷. A esta novedosa situación, ya se está empezando a dar respuesta desde las autoridades competentes. Así, el Reglamento (UE) 2019/1150 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 20 de junio de 2019, sobre el fomento de la equidad y la transparencia para los usuarios profesionales de servicios de intermediación en línea, pretende *contribuir al correcto funcionamiento del mercado interior mediante el establecimiento de normas para asegurar que se conceden opciones apropiadas de transparencia, de equidad y de reclamación a los usuarios profesionales de servicios de intermediación en línea y a los usuarios de sitios web corporativos en relación con los motores de búsqueda en línea* (art. 1.1)⁴⁸.

No puede olvidarse la necesaria mirada a esta realidad desde la normativa turística, con el imprescindible anclaje y sujeción a la misma. Así, por ejemplo, en el caso de la Ley de Turismo de Andalucía (Ley 13/2011, de 23 de diciembre, en adelante LTA), el artículo 50, dedicado a las empresas de intermediación turística, aunque califica como tales especialmente a las agencias de viajes, considera que *cualquier otra actividad de intermediación turística distinta de la organización o comercialización de viajes combinados se considerará actividad con incidencia en el ámbito turístico* (art. 50, 1, párrafo segundo).

En cuanto al objeto, las viviendas de uso turístico, ha de recordarse que su regulación se declinó a favor de las Comunidades Autónomas en base a sus competencias constitucionales en materia de ordenación del turismo en su ámbito territorial (art.

información, en particular el comercio electrónico en el mercado interior).

⁴⁶ En el mismo sentido, entre otros autores, ver RUIZ MARTÍN, A. M^a: “Economía colaborativa y supuestos de competencia desleal transfronteriza en ¿mercados c2c?. Reflexiones sobre la utilidad de las normas de derecho internacional privado en este particular (nihil novum sub sole)”, *Revista de estudios europeos*, núm. 70, 2017, pp. 370.

⁴⁷ Además, en lo que respecta a este sector del alojamiento, se está convirtiendo en referente una nomenclatura económica (anfitriones, clientes, hospedadores, ...) que no se corresponde exactamente con la realidad contractual, que es la del contrato de arrendamiento o de hospedaje, según el caso, por una parte, y la del contrato de mediación por otra. Se trata de negocios jurídicos clásicos y en ese marco han de resolverse los problemas que se planteen, aunque la novedad fundamental consista en la intervención de los intermediarios (servicios de la sociedad de la información) y el amplio mercado alternativo al tradicional del alojamiento que se crea con la facilidad de los arrendadores de formular su oferta en el mercado. Sobre las relaciones jurídicas y los sujetos implicados en el caso de la plataforma AIRBNB, ver HERRERO SUÁREZ, C.: “La economía colaborativa en el sector del alojamiento turístico”, en *Retos y tendencias del Derecho de la contratación mercantil*, Javier Pagador López y Luis Miranda Serrano (Dir.), 2017, pp. 151-154.

⁴⁸ Una valoración sobre esta norma y sus principales objetivos puede verse en PORXAS ROIG, N. y SANZ ALCOVERRO, C.: “Leal competencia en la nueva economía de plataformas”, *Actualidad jurídica Uría Menéndez*, núm. 52, 2019, pp. 13-26.

148.1.18ª CE)⁴⁹. Aunque la finalidad de esta nueva normativa es la de acabar con el intrusismo y la competencia desleal en relación con los establecimientos ya autorizados por ley a prestar el servicio de alojamiento turístico, habrá que valorar si realmente estas normas pueden cumplir ese objetivo. Este servicio del alojamiento turístico cuenta con una regulación en las distintas normas de ordenación de la actividad turística, como se ha indicado, lo que presenta el inconveniente de la injustificada diversidad de regulaciones para atender una misma realidad.

Tomando de nuevo como ejemplo la LTA se puede observar que el artículo 28 (servicios turísticos)⁵⁰ establece que tienen la consideración de servicios turísticos los siguientes: a) el alojamiento, cuando se facilite hospedaje o estancia a las personas usuarias de servicios turísticos⁵¹, desarrollando este servicio en concreto, a través del *Decreto 28/2016, de 2 de febrero, de las viviendas con fines turísticos y de modificación del Decreto 194/2010, de 20 de abril, de establecimientos de apartamentos turísticos*⁵². Al margen de la necesidad de que este tipo especial de alojamiento cuente con una regulación específica, cabe plantear si la unidad de mercado o las bases y coordinación de la planificación general de la actividad económica, podrían fundamentar una regulación única⁵³. La referencia a la normativa turística es relevante a estos efectos porque contiene también unas reglas de comportamiento, que, en caso de no respetarse, pueden conllevar la correspondiente sanción.

Entre los supuestos de aplicación del derecho de la competencia en relación con el servicio de alojamiento colaborativo, en el que se va a centrar este estudio, destacan dos grandes bloques: 1º) la competencia desleal y 2º) la defensa de la competencia, quedando

⁴⁹ Así, la Ley 4/2013, de 4 de junio, de medidas de flexibilización y fomento del mercado del alquiler de viviendas, indica en su exposición de motivos que "por último, en los últimos años se viene produciendo un aumento cada vez más significativo del uso del alojamiento privado para el turismo, que podría estar dando cobertura a situaciones de intrusismo y competencia desleal, que van en contra de la calidad de los destinos turísticos; de ahí que la reforma de la Ley propuesta los excluya específicamente para que queden regulados por la normativa sectorial específica o, en su defecto, se les aplique el régimen de los arrendamientos de temporada, que no sufre modificación". Por ello, el artículo 5, letra e) excluye del ámbito de aplicación de la norma, "la cesión temporal de uso de la totalidad de una vivienda amueblada y equipada en condiciones de uso inmediato, comercializada o promocionada en canales de oferta turística y realizada con finalidad lucrativa, cuando esté sometida a un régimen específico, derivado de su normativa sectorial".

⁵⁰ Este artículo forma parte del TÍTULO V (De la ordenación de la oferta turística), CAPÍTULO I (De los servicios, actividades y establecimientos turísticos), Sección 1.ª De los servicios turísticos y actividades con incidencia en el ámbito turístico

⁵¹ Las personas usuarias de servicios turísticos o turistas son aquellas personas físicas que, como destinatarias finales, reciben algún servicio turístico [ver artículo 2, letra i) de la

⁵² En la exposición de motivos de esta norma, se dan las claves de su regulación. De una parte, la reforma de la LAU por el Ley 4/2013, de 4 de junio, de medidas de flexibilización y fomento del mercado de alquiler de viviendas y de otra la necesidad de establecer unas garantías de calidad y seguridad mínimas para las personas usuarias turísticas, dado que esta actividad de prestar el servicio de alojamiento no es la actividad principal de la persona propietaria. Destacan entre las causas razones de seguridad ciudadana, y la protección de las personas usuarias de servicios turísticos, además de la protección del medio ambiente y del entorno urbano. Precisamente, con el objetivo de eliminar la clandestinidad y la competencia desleal en la actividad turística se plantea la necesidad de tener un censo de las viviendas que se utilicen con esta finalidad, a través del Registro de Turismo de Andalucía,

⁵³ En la doctrina se hace referencia a la regulación anterior (de 1967 y 1982) que fue derogada por el RD 2010 (entre otros, ver GONZÁLEZ FERNÁNDEZ, Mª B.: "Economía colaborativa, competencia y viviendas turísticas: buscando el equilibrio", ob. cit., p. 196, nota 5).

integradas en el primero tanto la publicidad ilícita, como las prácticas comerciales desleales⁵⁴.

2. La competencia desleal: actos de competencia desleal, comportamientos contrarios a la buena fe, publicidad ilícita y prácticas comerciales desleales

a) Los actos de competencia desleal, los comportamientos contrarios a la buena fe y la publicidad ilícita

Según ya ha sido objeto de tratamiento por parte de la doctrina española, de entre todos los comportamientos desleales que se podrían llevar a cabo en el marco de la prestación del servicio de alojamiento turístico por los operadores no hoteleros a través de plataformas, cabe destacar los siguientes:

1º) La violación de normas. Según el artículo 15 de la Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal (LCD), se consideran desleales dos tipos de comportamientos: a) la infracción de leyes que haya permitido al infractor prevalerse de una ventaja competitiva que ha de ser significativa; y b) la simple infracción de normas jurídicas que tengan por objeto la regulación de una actividad concurrencial⁵⁵. Se distingue así entre la infracción de normas no concurrenciales prevista en el apartado 1 del artículo 15 y la infracción de normas concurrenciales prevista en el apartado 2 de la misma disposición⁵⁶. En este sentido, las normas vulneradas pueden tener distinto carácter (civil, administrativo, ...) y tener ámbito territorial de aplicación diverso⁵⁷, destacándose especialmente aquellas que diseñan la estructura del mercado estableciendo las denominadas “barreras de entrada”⁵⁸. En el ámbito en el que nos encontramos, se considera que podría calificarse como desleal por infracción de normas la conducta consistente en la ventaja competitiva que pudiera generarse por poner en marcha una actividad que infrinja la normativa relativa a la obtención de una licencia administrativa previa al inicio de las operaciones⁵⁹.

⁵⁴ En la doctrina, se ha considerado que el ámbito más idóneo para enfrentarse a esta nueva situación es el de la defensa de la competencia [GONZÁLEZ JIMÉNEZ, P.: “Cuestiones de derecho de la competencia relativas a las plataformas digitales que ofertan viviendas de uso turístico”, en *Turismo, vivienda y economía colaborativa*, P. A. Munar Bernat, M^a A. Martos Calabrús, R. López San Luis y V. Bastante Granell (Dir.), 2020, p. 274].

⁵⁵ Sobre la necesaria interpretación restrictiva de este supuesto de competencia desleal, ver CARBAJO CASCÓN, F.: “Artículo 15. Violación de normas”, en *Comentarios a la Ley de Competencia Desleal*, Alberto Bercovitz Rodríguez-Cano (Dir), Thomson-Aranzadi, 2011, p. 413.

⁵⁶ *Ibidem*, pp. 419-430, que destaca la diferencia entre ambos tipos de infracciones, en especial el hecho de que la segunda (infracción concurrencial) no está vinculada a ningún resultado determinado (pg. 424).

⁵⁷ Vid. CARBAJO CASCÓN, F.: “Artículo 15. Violación de normas”, ob. cit., p. 426.

⁵⁸ *Ibidem*, p. 427.

⁵⁹ TOURIÑO, A.: “La economía colaborativa desde la óptica de la competencia desleal. Análisis de los autos de medidas cautelares dictados en los casos de Uber, Blablacar y Cabify”, ob. cit., p. 9. Más ampliamente, ver el completo análisis realizado por MIRANDA SERRANO, L. M^a.: “Economía colaborativa y competencia desleal ¿Deslealtad por violación de normas a través de la prestación de servicios facilitados por plataformas digitales?”, ob. cit., pp. 219 a 230, que propone un análisis vertical y horizontal del problema aplicado al ámbito colaborativo. Para GONZÁLEZ JIMÉNEZ, P.: “Cuestiones de derecho de la competencia relativas a las plataformas digitales que ofertan viviendas de uso turístico”, ob. cit., p. 270, en cambio, el artículo 15 LCD tiene poca incidencia en el ámbito de las plataformas digitales.

2º) La confusión. Un segundo comportamiento desleal que puede tener especial relevancia en la comercialización de los alojamientos turísticos es el de la confusión, que según el artículo 6 LCD tiene por objeto generar este efecto en relación con la actividad, las prestaciones o el establecimiento ajenos, siendo suficiente el riesgo de asociación por parte de los consumidores para fundamentar la deslealtad de esta práctica⁶⁰. Se ha destacado que el riesgo de confusión sobre quién le alquila la vivienda puede llevar a la aplicación de esta disposición e incluso la que contempla como acto de competencia desleal la explotación de la reputación ajena (art. 12 LCD)⁶¹.

3º) El engaño. Este comportamiento, previsto tanto para las relaciones entre operadores como en relación con las prácticas comerciales desleales con consumidores [ver letra b) de este epígrafe]⁶², resulta clave en este ámbito de la contratación de servicios de alojamiento no hoteleros. La clave de este acto, según su regulación en el artículo 5 de la LCD, es la información falsa o la presentación de la información, aunque esta sea veraz, de forma que pueda inducir a error a los destinatarios alterando su comportamiento económico⁶³. En el ámbito del alojamiento podrían verse afectadas especialmente, la propia existencia del alojamiento, sus características y el precio o su modo de fijación.

4º) La denigración. Especial relevancia tiene en este caso la realización de comportamientos que tengan por objeto realizar manifestaciones con la finalidad de menoscabar el crédito de otro operador en el mercado. Este comportamiento tiene como límite que dichas manifestaciones sean exactas, verdaderas y pertinentes (art. 9.1 LCD)⁶⁴. Los comentarios de opinión negativos en las plataformas y los sistemas de valoración utilizados podrían servir de medio para fundamentar esta conducta⁶⁵.

5º) Los comportamientos contrarios a la buena fe. La cláusula general contemplada en el artículo 4 LCD permitiría actuar frente a aquellos comportamientos que no se subsumen en uno de los tipos específicos de deslealtad. Entre las conductas que podrían tener encaje

⁶⁰ Sobre la delimitación de este tipo de deslealtad en relación con la prevista en el artículo 20 de la misma norma, ver CURTO POLO, M.: “Artículo 6. Actos de confusión”, en *Comentarios a la Ley de Competencia Desleal*, Alberto Bercovitz Rodríguez-Cano (Dir.), Thomson-Aranzadi, 2011, p. 149, que se decanta por aplicar el artículo 6 a las relaciones entre empresarios o profesionales, reservando el artículo 20 para prácticas confusionistas relacionadas con consumidores (pg. 149).

⁶¹ En este sentido, GONZÁLEZ JIMÉNEZ, P.: “Cuestiones de derecho de la competencia relativas a las plataformas digitales que ofertan viviendas de uso turístico”, ob. cit., p. 273.

⁶² Ver al respecto, MIRANDA SERRANO, L. M^a: “Economía colaborativa y competencia desleal. ¿Deslealtad por violación de normas a través de la prestación de servicios facilitados por plataformas digitales?”, ob. cit., pp. 215 y 216.

⁶³ Sobre su carácter básico en la disciplina de represión de los ilícitos concurrenciales, ver GARCÍA-CRUCES GONZÁLEZ, J.A.: “Artículo 5. Actos de engaño”, en *Comentarios a la Ley de Competencia Desleal*, Alberto Bercovitz Rodríguez-Cano (Dir.), Thomson-Aranzadi, 2011, pp. 118 y 119, que destaca los graves efectos que estas conductas pueden producir en el mercado.

⁶⁴ Más ampliamente, sobre el contenido de las manifestaciones denigratorias y el menoscabo al crédito, ver ÁVILA DE LA TORRE, A.: “Artículo 9. Actos de denigración”, en *Comentarios a la Ley de Competencia Desleal*, Alberto Bercovitz Rodríguez-Cano (Dir.), Thomson-Aranzadi, 2011, pp. 229-236.

⁶⁵ Ver más ampliamente, GONZÁLEZ JIMÉNEZ, P.: “Cuestiones de derecho de la competencia relativas a las plataformas digitales que ofertan viviendas de uso turístico”, ob. cit., pp. 276-278.

en esta conducta genérica se ha apuntado el comportamiento de un trabajador del sector hotelero que gestiona VUT ajenas⁶⁶.

6º) Un tipo específico de conducta desleal lo constituye aquella que tiene lugar a través de la publicidad. Podrían tener la calificación, por tanto, de publicidad ilícita por engañosa, desleal y agresiva, aquellas invitaciones a contratar realizadas a través de diversas formas de comunicación (arts. 2 y 3 Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad), realizadas con el objetivo de conseguir la contratación de alojamientos por parte de los usuarios (arrendatarios)⁶⁷. Especial consideración merece en este ámbito, a la vista de las peculiaridades con las que se presentan las ofertas de los alojamientos a los destinatarios, la denominada publicidad comparativa, que, aunque está permitida legalmente (art. 10 LCD), tiene como límites que esta no sea engañosa, denigratoria o suponga un aprovechamiento de la reputación ajena y cumpla los requisitos fijados por la norma⁶⁸.

b) Las prácticas comerciales desleales

En el marco de la protección de los legítimos intereses de los consumidores y usuarios, se ha fijado una protección conforme a lo establecido en la normativa que regula los denominados principios de corrección en el tráfico económico⁶⁹. Así, el artículo 19.2 TRLGDCU⁷⁰, remite al régimen establecido en la LCD, y en la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista (LOCM). Y se consideran como tales *todo acto, omisión, conducta, manifestación o comunicación comercial, incluida la publicidad y la comercialización, directamente relacionada con la promoción, la venta o el suministro de bienes o servicios, incluidos los bienes inmuebles, así como los derechos y obligaciones, con independencia de que sea realizada antes, durante o después de una operación comercial*, quedando excluidas de esta noción las relaciones de naturaleza contractual, a las que resulta aplicable lo previsto en el artículo 59 TRLGDCU.

⁶⁶ *Ibidem*, pp. 278-279.

⁶⁷ Sobre los supuestos de deslealtad o ilicitud publicitaria, *vid.* QUINTANA CARLO, I.: “Artículo 18. Publicidad ilícita”, en *Comentarios a la Ley de Competencia Desleal*, Alberto Bercovitz Rodríguez-Cano (Dir.), Thomson-Aranzadi, 2011, pp. 511-513.

⁶⁸ Más ampliamente sobre este comportamiento desleal, *vid.* GÓMEZ LOZANO, Mª M.: “Artículo 10. Actos de comparación”, en *Comentarios a la Ley de Competencia Desleal*, Alberto Bercovitz Rodríguez-Cano (Dir.), Thomson-Aranzadi, 2011, pp. 239-273, especialmente en lo relativo a los bienes o servicios objeto de la comparación, que deberán ser sustituibles (p. 266). En relación con la publicidad engañosa en el sector de los alojamientos realizada a través de páginas web, puede verse el asunto Trivago, que ha llevado a las autoridades de competencia australianas a multar al operador (<https://www.accc.gov.au/media-release/trivago-loses-appeal-after-misleading-consumers-over-hotel-ads>), caso en el que los usuarios desconocían que utilizaba algoritmos que daban preferencia en los resultados a los proveedores que pagaban en su página web una tarifa más alta (última fecha de consulta: 7 de febrero de 2021).

⁶⁹ BERCOVITZ RODRIGUEZ-CANO, A.: *Apuntes de Derecho Mercantil*, ob. cit., Capítulo 8, epígrafe 1.

⁷⁰ Sobre la relación entre la TRLGDCU y la LCD en relación con este tipo de prácticas, ver ARPIO SANTACRUZ, J.: “Artículo 19. Prácticas comerciales desleales con los consumidores”, en *Comentarios a la Ley de Competencia Desleal*, Alberto Bercovitz Rodríguez-Cano (Dir.), Thomson-Aranzadi, 2011, pp. 517-544, que ya advierte de que una de las principales novedades introducidas por la reforma de 2009 es precisamente la de considerar que este tipo de prácticas son también infracciones de consumo (p. 524).

La remisión a la LCD obliga a identificar como prácticas comerciales desleales las que aparecen reguladas en los artículos 21 a 31 (que se integran en el capítulo dedicado a las prácticas comerciales desleales) y en los artículos 4, 5, 7 y 8 (como actos de competencia desleal en sentido estricto).

De entre las prácticas comerciales desleales actualmente contempladas en la LCD, cabe destacar, como aplicables a las relaciones que surgen en el ámbito colaborativo, las prácticas engañosas por confusión para los consumidores (art. 20 LCD), las prácticas engañosas sobre códigos de conducta u otros distintivos de calidad (art. 21 LCD) y todas aquellas que giran en torno al engaño (arts. 22, 23, 25, 26 y 27 LCD)⁷¹. También se ha puesto de manifiesto la posibilidad de que tenga lugar el engaño por omisión u ocultación de información, no sólo en cuanto a las características del alojamiento, sino en relación con el precio final⁷².

No obstante, en ellas no se contemplan actuaciones de los operadores que puedan estar basadas en la utilización de nuevas tecnologías o plataformas para la comercialización de los servicios que se ofertan en el marco del turismo colaborativo. Esta protección específica vendrá, no obstante, de la mano de la incorporación de la nueva Directiva en materia de protección de consumidores [Directiva (UE) 2019/2161 del Parlamento Europeo y del Consejo de 27 de noviembre de 2019 por la que se modifica la Directiva 93/13/CEE del Consejo y las Directivas 98/6/CE, 2005/29/CE y 2011/83/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, en lo que atañe a la mejora de la aplicación y la modernización de las normas de protección de los consumidores de la Unión]⁷³, que al incluir la reforma de la Directiva sobre las prácticas comerciales desleales (art. 3)⁷⁴, va a contemplar determinadas conductas relacionadas con la oferta de productos y servicios a través de mercados en línea y modificará las conductas concretas contempladas en ella,

⁷¹ Sobre la necesaria protección del turista colaborativo, ver BASTANTE GRANELL, V.: “El turista 3.0 o adprosumer. Un nuevo reto para el derecho y la economía”, ob. cit., pp. 60-61.

⁷² Vid. GONZÁLEZ JIMÉNEZ, P.: “Cuestiones de derecho de la competencia relativas a las plataformas digitales que ofertan viviendas de uso turístico”, ob. cit., p. 273.

⁷³ Sobre el contenido de esta Directiva y su finalidad, ver GÓMEZ LOZANO, M^a M.: “Protección de consumidores. Modernización del Derecho de la UE. Directiva (UE) 2019/2161 del Parlamento Europeo y del Consejo de 27 de noviembre de 2019 por la que se modifica la Directiva 93/13/CEE del Consejo y las Directivas 98/6/CE, 2005/29/CE y 2011/83/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, en lo que atañe a la aplicación y la modernización de las normas de protección de los consumidores de la Unión”, *Ars Iuris Salmanticensis: AIS: revista europea e iberoamericana de pensamiento y análisis de derecho, ciencia política y criminología*, vol. 8, núm. 1, 2020, pp. 240-244.

⁷⁴ Directiva 2005/29/CE del Parlamento Europeo y del Consejo de 11 de mayo de 2005 relativa a las prácticas comerciales desleales de las empresas en sus relaciones con los consumidores en el mercado interior, que modifica la Directiva 84/450/CEE del Consejo, las Directivas 97/7/CE, 98/27/CE y 2002/65/CE del Parlamento Europeo y del Consejo y el Reglamento (CE) n^o 2006/2004 del Parlamento Europeo y del Consejo.

haciendo referencia especialmente a los resultados de las búsquedas y a las reseñas⁷⁵, elemento este último de indudable valor en el mercado digital⁷⁶.

Para completar la regulación en cuanto a los comportamientos engañosos, habrá que esperar también a la aprobación del Reglamento del Parlamento Europeo y del Consejo relativo a un mercado único de servicios digitales (Ley de servicios digitales) y por el que se modifica la Directiva 2000/31/CE⁷⁷, que tendrá especial repercusión en la imposición de multas y que permitirá actualizar y adecuar a la situación actual del mercado la normativa de comercio electrónico aprobada, pues determina unos criterios claros de responsabilidad, en especial para las plataformas en línea (mercados y redes sociales)⁷⁸.

En el ámbito europeo debe destacarse también la posición común de las autoridades de consumo en relación con las prácticas comerciales de Airbnb, que afectaban a la indicación del precios, a la información relativa al oferente de alojamiento y al enlace a la plataforma de resolución de litigios, sobre la base de la cooperación de las autoridades de consumo prevista en el 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°. 2006/2004⁷⁹.

⁷⁵ Así, por ejemplo, se prevé que el anexo I de la Directiva 2005/29, se modifique insertando diversos puntos relacionados con los nuevos mercados en línea, entre los que destacan como prácticas comerciales desleales, entre otras, las siguientes: “facilitar resultados de búsquedas en respuesta a las consultas en línea efectuadas por un consumidor sin revelar claramente cualquier publicidad retribuida o pago dirigidos específicamente a que los productos obtengan una clasificación superior en los resultados de las búsquedas” [11 *bis*]; “afirmar que las reseñas de un producto son añadidas por consumidores que han utilizado o adquirido realmente el producto, sin tomar medidas razonables y proporcionadas para comprobar que dichas reseñas pertenezcan a tales consumidores” [23 *ter*] o “añadir o encargar a otra persona física o jurídica que añada reseñas o aprobaciones de consumidores falsas, o distorsionar reseñas de consumidores o aprobaciones sociales con el fin de promocionar productos” [23 *quater*]. Sobre estas cuestiones, ver WINNER, M.: “La regulación jurídica de los contratos celebrados a través de plataformas: el Derecho europeo”, en *Almacén de Derecho*, 26 de febrero de 2020 (última fecha de consulta, 5 de febrero de 2021), disponible en <https://almacenederecho.org/la-regulacion-juridica-de-los-contratos-celebrados-a-traves-de-plataformas-el-derecho-europeo>.

⁷⁶ Los comentarios críticos en plataformas y su posible consideración como actos de competencia desleal ya están llegando a los tribunales (ver SJM núm. 7 de Barcelona, de 18 de septiembre de 2019). Unas consideraciones sobre la misma pueden encontrarse en GÓRRIZ LÓPEZ, C.: “El caso TripAdvisor: competencia desleal, honor y consentimiento”, en *Actualidad de Derecho Mercantil*, 30 de diciembre de 2019 (última fecha de consulta, 6 de febrero de 2021), disponible en <https://blogs.uab.cat/dretmercantil/2019/12/30/el-caso-tripadvisor-competencia-desleal-honor-y-consentimiento/>. Sobre la necesaria protección del consumidor ante las valoraciones y comentarios en plataformas *on line*, ver BASTANTE GRANELL, V.: “El turista 3.0 o adprosumer. Un nuevo reto para el derecho y la economía”, *ob. cit.*, pp. 61-63.

⁷⁷ Actualmente, sólo se ha publicado la Propuesta de Reglamento del Parlamento Europeo y del Consejo relativo a un mercado único de servicios digitales (Ley de servicios digitales) y por el que se modifica la Directiva 2000/31/CE [Bruselas, 15.12.2020 COM (2020) 825 final 2020/0361 (COD)]. Sobre la necesidad de la reforma de la Directiva 200/31, ver JIMÉNEZ SERRANÍA, V.: “Economía de plataformas... más allá de la economía colaborativa. Estudio sobre los nuevos paradigmas de responsabilidad de las plataformas”, *Revista Reflexiones sobre derecho privado patrimonial*, núm, 1, 2020, p. 76.

⁷⁸ Se considera esta propuesta como complementaria al acervo de protección de consumidores contenido en las Directivas anteriormente mencionadas, Propuesta de Reglamento del Parlamento Europeo y del Consejo relativo a un mercado único de servicios digitales, *ob. cit.*, p. 5.

⁷⁹ *Vid.* la referencia a la *Common position of national authorities within the CPC Network on the commercial practices and the terms of service of Airbnb Ireland*, en cuyo apartado I se hace referencia a las prácticas comerciales desleales (disponible en

Todo ello sin perjuicio de la deseable promoción de códigos de conducta que mejoren las prácticas comerciales que en este ámbito desarrollen los operadores que ofertan alojamientos no hoteleros (arrendadores o intermediarios) en el mercado⁸⁰. Sin duda el compromiso ético es la mejor forma de garantizar el respeto de las reglas de juego que marcan a la vez las normas del mercado y las protectoras de los intereses económicos de los consumidores (ver arts. 37 a 39 LCD)⁸¹.

3. La defensa de la competencia: conductas anticompetitivas, abuso de posición dominante, falseamiento de la libre competencia por actos desleales y concentraciones

Desde la óptica de la defensa de la competencia, son varias las cuestiones y comportamientos que han de ser tenidos en cuenta⁸². Como se sabe, esta normativa, con base en el Derecho originario de la Unión Europea, tiene como principal finalidad que el mercado interior funcione en un régimen de competencia, adoptando las medidas necesarias para que esta no se vea falseada o restringida por las conductas de quienes actúan en el mercado.

Son varias las cuestiones que han de tenerse en cuenta en el mercado del alojamiento a través de las denominadas viviendas de uso turístico:

1º) En primer lugar, el hecho de que la propia normativa reguladora de las viviendas de uso turístico actúa como barrera de entrada al mercado, obstaculizando la libre competencia, al establecer los requisitos que estos inmuebles han de cumplir para que puedan ser destinados al alojamiento vacacional⁸³. Con base en la Ley 20/2013, de 9 de diciembre, de garantía de la unidad de mercado (LGUM), la CNMC está legitimada para *la interposición de recurso contencioso-administrativo frente a cualquier disposición de carácter general, acto, actuación, inactividad o vía de hecho que se considere contraria, en los términos previstos en esta Ley, a la libertad de establecimiento o de circulación procedente de cualquier autoridad competente* (art. 27.1 LGUM)⁸⁴. Y en este ámbito del

https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/final_common_position_on_airbnb_ireland_4.6.2018_en_002.pdf).

⁸⁰ Ver, por ejemplo, el Código de Conducta del sector de los alojamientos de alquiler a corto plazo en Australia, de octubre de 2020 (disponible en https://www.fairtrading.nsw.gov.au/data/assets/pdf_file/0012/925788/Code-of-Conduct-for-the-Short-term-Rental-Accommodation-Industry.pdf), fecha de consulta 7 de febrero de 2021.

⁸¹ Ver ampliamente, BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, A.: “Artículo 37. Fomento de los códigos de conducta”, en *Comentarios a la Ley de Competencia Desleal*, Alberto Bercovitz Rodriguez-Cano (Dir.), Thomson-Aranzadi, 2011, pp. 1003-1016.

⁸² El problema puede abordarse desde distintas ópticas, como la que se muestra en el trabajo de GONZÁLEZ JIMÉNEZ, P., “Cuestiones de derecho de la competencia relativas a las plataformas digitales que ofertan viviendas de uso turístico”, ob. cit., pp. 263-284.

⁸³ Ver, por ejemplo, en el caso de la normativa turística andaluza, que la última reforma ha tenido por objeto, entre otras modificaciones, la de las empresas de intermediación turística o las de las viviendas turísticas de alojamiento rural, pues se ha considerado necesaria “con el fin de eliminar determinadas barreras normativas que dificultan el desarrollo de la actividad económica en el sector turístico” (según se indica en la exposición de motivos, apartado XIX, in fine, del Decreto-ley 2/2020, de 9 de marzo, de mejora y simplificación de la regulación para el fomento de la actividad productiva de Andalucía).

⁸⁴ Sobre las competencias de la CNMC para promover la competencia, ver en la doctrina ESTUPIÑÁN CÁCERES, R.: “Reflexiones sobre la defensa de la competencia y las plataformas de economía

alojamiento turístico y de la regulación de este tipo de viviendas, ha recurrido la normativa aprobada en diversas Comunidades Autónomas e incluso por diferentes Ayuntamientos, por las competencias asumidas en materia de urbanismo. Un tema polémico, especialmente por la variedad de pronunciamientos de las resoluciones dictadas⁸⁵.

2º) Los precios. Una de las conductas colusorias más importantes, consiste precisamente en la fijación de precios. En este nuevo mercado, hay que advertir de la posible manipulación de precios y del uso de herramientas de precios inteligentes, que alteren las condiciones de competencia⁸⁶.

3º) El intercambio de información de datos relativos a los usuarios de las plataformas. Entendido este comportamiento como práctica colusoria, por el uso de información realizado⁸⁷.

3º) También se plantea si las valoraciones de los usuarios podrían subsumirse, desde la óptica de la defensa de la competencia, en la conducta consistente en el falseamiento de la libre competencia por actos desleales⁸⁸.

colaborativa”, *La Ley mercantil*, núm. 48 (junio), 2018 (edición electrónica), que hace referencia al artículo 5 de la Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la Comisión Nacional de los Mercados y de la Competencia (p. 5).

⁸⁵ Al respecto, ver el completo estudio realizado por ROMERO VALERO, L., y VALLEJO GIL, C.: “La regulación de las viviendas de uso turístico: principales restricciones y actuaciones de la CNMC”, *Anuario de la competencia*, 2018, Fundación ICO, 2019, pp. 313-329. Entre los últimos pronunciamientos, ver la STS, Sala de lo Contencioso, Sección 3ª, de 24 de septiembre de 2019, en relación con Decreto de la Junta de Castilla y León 3/2017, de 16 de febrero, por el que se regulan los establecimientos de alojamiento en la modalidad de vivienda de uso turístico (ver FJ 4º) o la STS, Sala de lo Contencioso, Sección 3ª, de 1 de junio de 2020, en relación con el Decreto 12/2017, de 26 de enero, por el que se establece la ordenación de apartamentos turísticos, viviendas turísticas y viviendas de uso turístico en la Comunidad Autónoma de Galicia. Ver también el análisis efectuado por GONZÁLEZ JIMÉNEZ, P.: “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, pp. 115-117. A este respecto, en concreto sobre las plataformas de alojamiento colaborativo, ver RETORTILLO ATIENZA, O.: “Cuestiones concurrenciales en el alojamiento colaborativo”, en *Turismo, vivienda y economía colaborativa*, P. Munar Bernat, Mª A. Martos Calabrús, R. López San Luis y V. Bastante Granell (Dir.), 2020, p. 256, que considera que las restricciones a la competencia impuestas por esta regulación no satisfacen el juicio de necesidad y proporcionalidad exigido. A estos trabajos se suma también la reciente monografía de A. MARTÍNEZ NADAL, *Alquiler turístico de viviendas de uso residencial y derecho de la competencia*, Aranzadi, Pamplona, 2020, en la que se analizan las exigencias legales al arrendamiento turístico vacacional y su valoración como conducta restrictiva de la competencia, prestando especial atención a las resoluciones dictadas por el Tribunal Supremo, valorando si el interés general puede justificar determinadas restricciones.

⁸⁶ En la doctrina, ver RETORTILLO ATIENZA, O.: “Cuestiones concurrenciales en el alojamiento colaborativo”, ob. cit., p. 259; GONZÁLEZ JIMÉNEZ, P.: “Cuestiones de derecho de la competencia relativas a las plataformas digitales que ofertan viviendas de uso turístico”, ob. cit., pg. 279 y OLMEDO PERALTA, E.: “Competencia dentro de las plataformas de economía colaborativa: posibles prácticas restrictivas de los mal llamados "prosumidores"”, ob. cit., pp. 215-217.

⁸⁷ Ver GONZÁLEZ JIMÉNEZ, P.: “Cuestiones de derecho de la competencia relativas a las plataformas digitales que ofertan viviendas de uso turístico”, ob. cit., pp. 274 y 275.

⁸⁸ *Vid.* OLMEDO PERALTA, E.: “Competencia dentro de las plataformas de economía colaborativa: posibles prácticas restrictivas de los mal llamados "prosumidores"”, ob. cit., pp. 218-221.

4º) Se ha valorado, además, si algunos de los comportamientos de los operadores en este sector podrían o no encajar en la conducta prohibida del abuso de posición dominante⁸⁹. Este abuso podría consistir en la subordinación de la celebración de contratos a la aceptación de determinadas prestaciones suplementarias, como la exigencia de contratación de seguros⁹⁰.

5º) Un supuesto adicional a tener en cuenta desde la óptica de la defensa de la competencia es el relativo a las posibilidades de concentración en el sector del alojamiento colaborativo, considerándose que éstas son mayores cuanto mayor sea la presencia de una plataforma que controle la presencia de arrendadores en un concreto municipio⁹¹.

⁸⁹ *Ibidem*, pp. 221-222.

⁹⁰ Ver GONZÁLEZ JIMÉNEZ, P., “Cuestiones de derecho de la competencia relativas a las plataformas digitales que ofertan viviendas de uso turístico”, *ob. cit.*, p. 275.

⁹¹ En este sentido, RETORTILLO ATIENZA, O.: “Cuestiones concurrenciales en el alojamiento colaborativo”, *ob. cit.*, p. 257.

BIBLIOGRAFÍA

AAVV.: *El régimen jurídico del turismo colaborativo*, Humberto Gosálbez Pequeño (Dir.), Madrid, Wolters Kluwer, 2019.

ALFONSO SÁNCHEZ, R.: “Aproximación jurídica a la economía colaborativa: diferentes realidades”, *Cuadernos de Derecho y Comercio*, núm. 66, 2016, pp. 13- 73.

ARMENGOL i GASULL, O. Y OLMOS CASTRO, N., “El impacto de la economía colaborativa en el transporte interurbano: un análisis jurídico del *Ride Sharing*”, en *La regulación de la economía colaborativa*, Juan José Montero Pascual (dir.), Tirant lo Blanch, Valencia 2017, 327-349

ARPIO SANTACRUZ, J.: “Artículo 19. Prácticas comerciales desleales con los consumidores”, en *Comentarios a la Ley de Competencia Desleal*, Alberto Bercovitz Rodríguez-Cano (Dir.), Thomson-Aranzadi, 2011, pp. 517-544.

ÁVILA DE LA TORRE, A.: “Artículo 9. Actos de denigración”, en *Comentarios a la Ley de Competencia Desleal*, Alberto Bercovitz Rodríguez-Cano (Dir.), Thomson-Aranzadi, 2011, pp. 229-236.

BASTANTE GRANELL, V.: “El turista 3.0 o adprosumer. Un nuevo reto para el derecho y la economía”, *Revista Internacional de Derecho del Turismo*. RIDETUR, vol. 2, nº. 2, 2018, pp. 47-73.

BENAVIDES VELASCO, P.: “Estrategias regulatorias para abordar los problemas de explotación de las viviendas turísticas ofertadas a través de plataformas colaborativas”, en *Las viviendas vacacionales: entre la economía colaborativa y la actividad mercantil*, Inmaculada González Cabrera, y María del Pino Rodríguez González (Dir.), Beatriz Fonticiella Hernández (coord.), Dykinson, Madrid, 2019, pp. 117-144.

— “La nueva regulación sobre la contratación de viviendas con fines turísticos”, en *Retos y tendencias del Derecho de la Contratación Mercantil*, Miranda Serrano L. M. y Pagador López, J. (Dir.), Marcial Pons, Madrid, 2017, pp. 159-174.

BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, A.: *Apuntes de Derecho Mercantil*, 21ª ed., 2020 (edición electrónica).

— “Artículo 37. Fomento de los códigos de conducta”, en *Comentarios a la Ley de Competencia Desleal*, Alberto Bercovitz Rodríguez-Cano (Dir.), Thomson-Aranzadi, 2011, pp. 1003-1016.

BROSETA PONT, M. y MARTÍNEZ SANZ, F.: *Manual de Derecho Mercantil*, 26ª, ed. Tecnos, Madrid, 2019.

BULCHAND GIDUMAL, J y MELIÁN GONZÁLEZ, S.: “Relación entre sostenibilidad y turismo colaborativo a partir de las quejas recibidas en el alojamiento en vivienda vacacional”, *Cuadernos económicos de ICE*, núm. 93, 2017, pp. 91- 106.

— *Una guía para entender la economía colaborativa: de clientes-consumidores a individuos-proveedores*, 2016.

CARBAJO CASCÓN, F.: “Artículo 15. Violación de normas”, en *Comentarios a la Ley de Competencia Desleal*, Alberto Bercovitz Rodríguez-Cano (Dir.), Thomson-Aranzadi, 2011, pp. 405-431.

CURTO POLO, M.: “Artículo 6. Actos de confusión”, en *Comentarios a la Ley de Competencia Desleal*, Alberto Bercovitz Rodríguez-Cano (Dir.), Thomson-Aranzadi, 2011, pp. 143-158.

DOMÉNECH PASCUAL, G.: “La regulación de la economía colaborativa («Uber contra el taxi»)”, *Revista CEFLEGAL*, CEF, núms. 175-176, 2015, pp. 61-104.

ESTUPIÑÁN CÁCERES, R.: “Reflexiones sobre la defensa de la competencia y las plataformas de economía colaborativa”, *La Ley mercantil*, núm. 48 (junio), 2018 (edición electrónica)

FERNÁNDEZ PÉREZ, N.: *El alojamiento colaborativo*, Valencia, Tirant lo Blanch, 2018.

— “La controvertida naturaleza jurídica de las plataformas de alojamiento”, *Revista General de Derecho del Turismo*, núm. 1, 2020, ed. Electrónica

— Las viviendas vacacionales: ¿Entre la economía colaborativa y la actividad mercantil? Una reflexión desde el prisma del derecho mercantil”, en *Las viviendas vacacionales: entre la economía colaborativa y la actividad mercantil*, Inmaculada González Cabrera, y María del Pino Rodríguez González (Dir.), Beatriz Fonticiella Hernández (coord.), Dykinson, Madrid, 2019, pp. 71-98.

FLAQUER RIUTORT, J.: “Reflexiones en torno a la discutida responsabilidad administrativa de los *marketplaces* turísticos”, *Diario La Ley*, núm. 8864, 2016, edición electrónica.

GARCÍA-CRUCES GONZÁLEZ, J.A.: “Artículo 5. Actos de engaño”, en *Comentarios a la Ley de Competencia Desleal*, Alberto Bercovitz Rodríguez-Cano (Dir.), Thomson-Aranzadi, 2011, pp. 115-142.

GÓMEZ LOZANO, M^a M.: “Artículo 10. Actos de comparación”, en *Comentarios a la Ley de Competencia Desleal*, Alberto Bercovitz Rodríguez-Cano (Dir.), Thomson-Aranzadi, 2011, pp. 239-273.

— “Protección de consumidores. Modernización del Derecho de la UE. Directiva (UE) 2019/2161 del Parlamento Europeo y del Consejo de 27 de noviembre de 2019 por la que se modifica la Directiva 93/13/CEE del Consejo y las Directivas 98/6/CE, 2005/29/CE y 2011/83/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, en lo que atañe a la aplicación y la modernización de las normas de protección de los consumidores de la Unión”, *Ars Iuris Salmanticensis: AIS: revista europea e iberoamericana de pensamiento y análisis de derecho, ciencia política y criminología*, vol. 8, núm. 1, 2020, pp. 240-244.

GONZÁLEZ CABRERA, I.: “El turismo colaborativo: Las múltiples actividades puestas al servicio del turismo y la dificultad de su encaje jurídico único”, en *El régimen jurídico del turismo colaborativo*, Humberto Gosálbez Pequeño (Dir.), Madrid, Wolters Kluwer, 2019, pp. 23-66.

— *Bajo el paraguas de la economía colaborativa: El transporte a escena*, Dykinson, Madrid, 2020

— *El alojamiento colaborativo o el nuevo hospedaje low cost*, Dykinson, Madrid, 2020.

GONZÁLEZ FERNÁNDEZ, M^a B.: “Economía colaborativa, competencia y viviendas turísticas: buscando el equilibrio”, en *Las viviendas vacacionales: entre la economía colaborativa y la actividad mercantil* Inmaculada González Cabrera, y María del Pino Rodríguez González (Dir.), Beatriz Fonticiella Hernández (coord.), Dykinson, Madrid, 2019, pp. 193-206.

GONZÁLEZ JIMÉNEZ, P.: “Cuestiones de derecho de la competencia relativas a las plataformas digitales que ofertan viviendas de uso turístico”, en *Turismo, vivienda y economía colaborativa*, P. A. Munar Bernat, M^a A. Martos Calabrús, R. López San Luis y V. Bastante Granell (Dir.), 2020, pp. 111-125.

— “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, pp. 111-125.

GÓRRIZ LÓPEZ, C.: “El caso TripAdvisor: competencia desleal, honor y consentimiento”, en *Actualidad de Derecho Mercantil*, 30 de diciembre de 2019 (última fecha de consulta, 6 de febrero de 2021), disponible en <https://blogs.uab.cat/dretmercantil/2019/12/30/el-caso-tripadvisor-competencia-desleal-honor-y-consentimiento/>

GRAMUNT FOMBUENA, M^a. D.: “Economía de plataforma y protección de los consumidores”, en *Propuestas de regulación de las plataformas de economía colaborativa: perspectivas general y sectoriales*, Antonio Ortí Vallejo y Gemma Rubio Gimeno (Dir.), Cizur Menor, Aranzadi, 2019, pp. 157-185.

HERRERO SUÁREZ, C.: “La economía colaborativa en el sector del alojamiento turístico”, en *Retos y tendencias del Derecho de la contratación mercantil*, Javier Pagador López, y Luis Miranda Serrano (Dir.), 2017, pp. 145-158.

— “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, pp. 147-158

HORRACH ARMO, J. G.: “La determinación de la ley aplicable a la responsabilidad de las plataformas de alojamiento vacacional atendiendo al principio del país de origen y a la libre prestación de servicios”, *Bitácora Millennium DIPr: Derecho Internacional Privado*, núm. 13, 2021 (ed. electrónica).

JARNE MUÑOZ, P.: *Economía colaborativa y plataformas digitales*, Reus Editorial, Madrid, 2019.

JIMÉNEZ SERRANÍA, V.: “Economía de plataformas... más allá de la economía colaborativa. Estudio sobre los nuevos paradigmas de responsabilidad de las plataformas”, *Revista Reflexiones sobre derecho privado patrimonial*, núm. 1, 2020, pp. 61-76.

MARTÍNEZ NADAL, A., *Alquiler turístico de viviendas de uso residencial y derecho de la competencia*, Aranzadi, Pamplona, 2020.

MAYORGA TOLEDANO, M.C.: “La intermediación en línea de las plataformas. El caso de Airbnb”, en *Las viviendas vacacionales: entre la economía colaborativa y la actividad mercantil*, Inmaculada González Cabrera, y María del Pino Rodríguez González (Dir.), Beatriz Fonticiella Hernández (coord.), Dykinson, Madrid, 2019, pp. 51-70.

MELIÁN GONZÁLEZ, S. y BULCHAND GIDUMAL, J.: “La vivienda vacacional como parte del fenómeno de la economía colaborativa”, en *Las viviendas vacacionales: entre la economía colaborativa y la actividad mercantil*, Inmaculada González Cabrera, y María del Pino Rodríguez González (Dir.), Dykinson, Madrid, 2019, pp. 23-36.

MIRANDA SERRANO, L. M.: “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, pp. 197-249.

MUÑIZ ESPADA, E.: *La nueva regulación de los contratos de crédito inmobiliario, una ulterior evolución doctrinal hacia la vivienda colaborativa*, Aranzadi, Cizur Menor, 2018.

OLMEDO PERALTA, E.: “Competencia dentro de las plataformas de economía colaborativa: posibles prácticas restrictivas de los mal llamados "prosumidores"”, en *Las viviendas vacacionales: entre la economía colaborativa y la actividad mercantil*, Inmaculada González Cabrera, y María del Pino Rodríguez González (Dir.), Dykinson, Madrid, 2019, pp. 207-232.

— “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, 2017, pp. 250-283

PASCUAL, R.: “Turismo colaborativo: ¿un modelo de negocio original?”, disponible en <https://www.visionesdelturismo.es/turismo-colaborativo/>

PORXAS ROIG, N. y SANZ ALCOVERRO, C.: “Leal competencia en la nueva economía de plataformas”, *Actualidad jurídica Uría Menéndez*, núm. 52, 2019, pp. 13 – 26.

QUINTANA CARLO, I.: “Artículo 18. Publicidad ilícita”, en *Comentarios a la Ley de Competencia Desleal*, Alberto Bercovitz Rodríguez-Cano (Dir.), Thomson-Aranzadi, 2011, pp. 499-514.

RETORTILLO ATIENZA, O.: “Cuestiones concurrenciales en el alojamiento colaborativo”, en *Turismo, vivienda y economía colaborativa*, P. Munar Bernat, M^a A. Martos Calabrús, R. López San Luis y V. Bastante Granell (Dir.), 2020, pp. 251-262.

ROJO, A.: “El empresario (I)”, en *Lecciones de Derecho Mercantil*, Aurelio Menéndez y Ángel Rojo (Dir.), 17 ed., Aranzadi, Cizur Menor, 2019, pp. 45 – 64.

ROMERO VALERO, L., y VALLEJO GIL, C.: “La regulación de las viviendas de uso turístico: principales restricciones y actuaciones de la CNMC”, *Anuario de la competencia, 2018*, Fundación ICO, 2019, pp. 313-329.

RUIZ MARTÍN, A. M^a: “Economía colaborativa y supuestos de competencia desleal transfronteriza en ¿mercados c2c?. Reflexiones sobre la utilidad de las normas de derecho internacional privado en este particular (nihil novum sub sole)”, *Revista de estudios europeos*, núm. 70, 2017, pp. 368-397.

TOURÍÑO, A.: “La economía colaborativa desde la óptica de la competencia desleal. Análisis de los autos de medidas cautelares dictados en los casos de Uber, BlaBlaCar y Cabify”, *Actualidad Civil*, núm. 4, abril de 2016, ed. Electrónica.

VAZQUEZ RUANO, T., “Economía colaborativa y el transporte de personas”, *CIRIEC Revista Jurídica*, núm. 31, 2017, pp. 325-355.

WINNER, M.: “La regulación jurídica de los contratos celebrados a través de plataformas: el Derecho europeo”, en *Almacén de Derecho*, 26 de febrero de 2020 (última fecha de consulta, 5 de febrero de 2021), disponible en <https://almacendederecho.org/la-regulacion-juridica-de-los-contratos-celebrados-a-traves-de-plataformas-el-derecho-europeo>.

ZALE, K.: “Sharing Property”, *University of Colorado Law Review*, vol. 87, 2016, pp. 501-579.

OTROS RECURSOS

Código de Conducta del sector de los alojamientos de alquiler a corto plazo en Australia, de octubre de 2020 (disponible en https://www.fairtrading.nsw.gov.au/_data/assets/pdf_file/0012/925788/Code-of-Conduct-for-the-Short-term-Rental-Accommodation-Industry.pdf).

Common position of national authorities within the CPC Network on the commercial practices and the terms of service of Airbnb Ireland, en cuyo apartado I se hace referencia a las prácticas comerciales desleales (disponible en https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/final_common_position_on_airbnb_ireland_4.6.2018_en_002.pdf).

Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social y al Comité de las Regiones: *Una agenda europea para la economía colaborativa*, COM (2016) 356 final.

Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones: *Las plataformas en línea y el mercado único digital: retos y oportunidades para Europa*, COM (2016) 288 final

Dictamen del Comité Europeo de las Regiones: *Economía colaborativa y plataformas en línea: una visión compartida de ciudades y regiones* (2017/C 185/04).

Propuesta de Reglamento del Parlamento Europeo y del Consejo relativo a un mercado único de servicios digitales (Ley de servicios digitales) y por el que se modifica la Directiva 2000/31/CE [Bruselas, 15.12.2020 COM (2020) 825 final 2020/0361 (COD)]