

Contratación mercantil: digitalización y protección del cliente/consumidor

Luis María Miranda Serrano
Javier Pagador López
(Dirs.)

José Manuel Serrano Cañas
Antonio Casado Navarro
Pedro Mario González Jiménez
(Coords.)

CONTRATACIÓN MERCANTIL: DIGITALIZACIÓN Y PROTECCIÓN DEL CLIENTE/CONSUMIDOR

AUTORES

Antonio ALONSO-BARTOL BUSTOS
Lidia ARNAU RAVENTÓS
Félix BENITO OSMA
María Jesús BLANCO SÁNCHEZ
Fernando CARBAJO CASCÓN
Antonio CASADO NAVARRO
Alberto EMPARANZA SOBEJANO
María ENCISO ALONSO-MUÑUMER
Julio ESPLUGUES
Nuria FERNÁNDEZ PÉREZ
Juan FLAQUER RIUTORT
Beatriz FONTICIELLA HERNÁNDEZ
Teresa FRANQUET SUGRAÑES
Antonio F. GALACHO ABOLAFIO
Juan Pablo GONZALES BUSTOS
Susana GONZÁLEZ ARJONA
Inmaculada GONZÁLEZ CABRERA
Laura Martina JEIFETZ
Ángel JUÁREZ TORREJÓN
Mónica LASTIRI SANTIAGO
Ignacio LÓPEZ-HERMOSO LÁZARO
Rafael MARIMÓN DURÁ
Lucía MÁRQUEZ LOBILLO

Patricia MÁRQUEZ LOBILLO
Bruno W. MARTÍN BAUMEISTER
José Manuel MARTÍN FUSTER
M.^a Natalia MATO PACÍN
Andrea MEIJOMIL GONZÁLEZ
Ana MIRANDA ANGUITA
Luis María MIRANDA SERRANO
Eugenio OLMEDO PERALTA
María PASTRANA ESPÁRRAGA
María Jesús PEÑAS MOYANO
Pilar PERALES VISCASILLAS
Aránzazu PÉREZ MORIONES
M.^a Victoria PETIT LAVALL
Manuel PINO ABAD
Jesús QUIJANO GONZÁLEZ
María del Rocío QUINTÁNS EIRAS
María Dolores RAMÍREZ BENAVENTE
Francisca M. ROSSELLÓ-RUBERT
Juan Ignacio RUIZ PERIS
Segismundo TORRECILLAS LÓPEZ
Ciara VICENTE MAMPEL
Iñaki ZURUTUZA ARIGITA

LUIS MARÍA MIRANDA SERRANO
JAVIER PAGADOR LÓPEZ
(Dirs.)

CONTRATACIÓN MERCANTIL: DIGITALIZACIÓN Y PROTECCIÓN DEL CLIENTE/CONSUMIDOR

JOSÉ MANUEL SERRANO CAÑAS
ANTONIO CASADO NAVARRO
PEDRO MARIO GONZÁLEZ JIMÉNEZ
(Coords.)

Marcial Pons

MADRID | BARCELONA | BUENOS AIRES | SÃO PAULO

2023

La publicación de esta obra ha sido posible gracias a la financiación recibida en el marco del Proyecto de investigación nacional (referencia: PID2020-117872RB-100) financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación del Gobierno de España (IP: MIRANDA SERRANO y PAGADOR LÓPEZ), del Proyecto de investigación autonómico (referencia: P20_00002) financiado por la Consejería de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidades de la Junta de Andalucía (IP: MIRANDA SERRANO) y del Proyecto FEDER-UCO (referencia: 1380525-R) financiado por la Universidad de Córdoba (IP: MIRANDA SERRANO y PAGADOR LÓPEZ).

Quedan rigurosamente prohibidas, sin la autorización escrita de los titulares del «Copyright», bajo las sanciones establecidas en las leyes, la reproducción total o parcial de esta obra por cualquier medio o procedimiento, comprendidos la reprografía y el tratamiento informático, y la distribución de ejemplares de ella mediante alquiler o préstamo públicos.

© Luis María Miranda Serrano y Javier Pagador López (dirs.)

© Los autores

© MARCIAL PONS

EDICIONES JURÍDICAS Y SOCIALES, S. A.

San Sotero, 6 - 28037 MADRID

☎ (91) 304 33 03

www.marcialpons.es

ISBN: 978-84-1381-748-4

Diseño de la cubierta: ene estudio gráfico

Fotocomposición: GREGORIO GONZÁLEZ SÁNCHEZ

MADRID, 2023

Los distintos trabajos publicados en esta obra colectiva han sido evaluados por el siguiente Comité Científico:

PRESIDENCIA

Prof. Dr. Agustín MADRID PARRA
Catedrático de Derecho Mercantil
Universidad Pablo de Olavide de Sevilla

Prof. Dr. Luis VELASCO SAN PEDRO
Catedrático de Derecho Mercantil
Universidad de Valladolid

VOCALES

Prof.^a Dra. María José MORILLAS JARILLO
Catedrática de Derecho Mercantil
Universidad Carlos III de Madrid

Prof. Dr. Ignacio FARRANDO MIGUEL
Catedrático de Derecho Mercantil
Universidad Pompeu Fabra de Barcelona

Prof. Dr. Ignacio GALLEGO DOMÍNGUEZ
Catedrático de Derecho Civil
Universidad de Córdoba

Prof. Dr. Santiago HIERRO ANIBARRO
Catedrático de Derecho Mercantil
Universidad de Alcalá de Henares

Prof. Dr. Pedro Jesús BAENA BAENA
Catedrático de Derecho Mercantil
Universidad de Sevilla

Prof. Dr. Rafael LA CASA GARCÍA
Catedrático de Derecho Mercantil
Universidad de Sevilla

Prof. Dr. Francisco GONZÁLEZ CASTILLA
Catedrático de Derecho Mercantil
Universidad de Valencia

Prof. Dr. Fernando DE LA VEGA GARCÍA
Catedrático de Derecho Mercantil
Universidad de Murcia

Prof. Dr. Jesús OLAVARRÍA IGLESIA
Profesor Titular de Derecho Mercantil
Universidad de Valencia

Prof. Dr. Jaume MARTÍ MIRAVALLS
Profesor Titular de Derecho Mercantil
Universidad de Valencia

Prof. Dr. Rubén BAHAMONDE DELGADO
Profesor de Derecho Mercantil
Universidad Autónoma de Lisboa

Prof. Dr. Juan Ignacio PEINADO GRACIA
Catedrático de Derecho Mercantil
Universidad de Málaga

Prof. Dr. Juan Luis PULIDO BEGINES
Catedrático de Derecho Mercantil
Universidad de Cádiz

Prof.^a Dra. Josefina BOQUERA MATARRE-
DONA
Catedrática de Derecho Mercantil
Universidad de Valencia

Prof. Dr. José Luis PÉREZ-SERRABONA
GONZÁLEZ
Catedrático de Derecho Mercantil
Universidad de Granada

Prof.^a Dra. María Jesús GUERRERO LEBRÓN
Catedrática de Derecho Mercantil
Universidad Pablo de Olavide de Sevilla

Prof. Dr. Pablo MARTÍNEZ-GIJÓN MACHUCA
Catedrático de Derecho Mercantil
Universidad de Sevilla

Prof. Dr. Jorge MIQUEL RODRÍGUEZ
Profesor Titular de Derecho Mercantil
Universidad Autónoma de Barcelona

Prof. Dr. Pedro PORTELLANO DÍEZ
Acreditado a Catedrático de Derecho
Mercantil
Universidad Autónoma de Madrid

Prof. Dr. Alessio BARTOLACELLI
Profesor de Derecho Mercantil
Universidad degli Studi di Macerata

Prof.^a Dra. Marta GARCÍA MANDALÓNIZ
Profesora Titular de Derecho Mercantil
Universidad Carlos III de Madrid

ÍNDICE

	Pág.
ABREVIATURAS	29
PRÓLOGO	37
LA CONTRATACIÓN MERCANTIL COMO CUESTIÓN DE ACTUALIDAD , <i>por Jesús Quijano González</i>	41
I. INTRODUCCIÓN: LA DOBLE DIMENSIÓN DE LA CUESTIÓN	42
II. EL PROBLEMA DE LA CONFIGURACIÓN DEL DERECHO DE OBLIGACIONES Y CONTRATOS	45
III. CONTENIDO Y SISTEMA DE LA CONTRATACIÓN MERCANTIL	48
IV. UNA SIMPLE REFLEXIÓN FINAL	50

PARTE I CONTRATOS DE CONSUMO. EN ESPECIAL, SOBRE CONTENIDOS DIGITALES

CONTRATO SOBRE CONTENIDOS O SERVICIOS DIGITALES CON CONSUMIDORES A CAMBIO DE DATOS , <i>por Nuria Fernández Pérez</i>	55
I. CONSIDERACIONES INTRODUCTORIAS: RAZONES PARA REGULAR ESTOS CONTRATOS	56
II. NATURALEZA JURÍDICA	57
III. DUALIDAD DE RÉGIMENES JURÍDICOS APLICABLES: LA APLICACIÓN PREFERENTE DEL DERECHO DE PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES	61
1. La aplicación preferente del Reglamento General de protección de datos personales	61
2. Supuestos excluidos	62
2.1. Supuestos excluidos en la Directiva y en el TRLCU	62
2.2. Los datos no personales	63
IV. ALGUNAS CUESTIONES EN TORNO AL RÉGIMEN JURÍDICO DE LOS CONTRATOS A CAMBIO DE DATOS	65
1. Consentimiento e información precontractual	65
2. Extinción de la relación contractual	69

	Pág.
2.1. Desistimiento.....	69
2.2. Resolución del contrato.....	70
V. BIBLIOGRAFÍA.....	72
CONTENIDOS DIGITALES Y SU PUESTA A DISPOSICIÓN A TRAVÉS DE INTERNET A LA LUZ DE LAS ÚLTIMAS SENTENCIAS DEL TJUE. EL PAPEL FUNDAMENTAL DEL CONCEPTO DE AGOTAMIENTO DEL DERECHO, por Antonio F. Galacho Abolafio	75
I. INTRODUCCIÓN	76
II. LA DELIMITACIÓN DE LOS CONFINES DEL DERECHO DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	78
1. Breve comentario a la evolución del concepto de comunicación pública antes de la específica problemática de internet.....	79
2. El siguiente paso: el público nuevo e internet.....	80
2.1. Caso <i>Svensson</i> como deudor del caso <i>San Rafael Hoteles</i>	80
2.2. El caso <i>Renckhoff</i> como deudor del caso <i>Svensson</i>	83
3. Nuevo criterio de apreciación de la comunicación pública y sus consecuencias.....	84
3.1. Volviendo a los enlaces con el nuevo criterio tras <i>Renckhoff</i>	85
3.2. Garantía del carácter preventivo de los derechos del titular.....	85
III. DE NUEVO EL AGOTAMIENTO DEL DERECHO COMO FUNDAMENTO DE LA COMUNICACIÓN PÚBLICA	86
1. El agotamiento como esencia del derecho de comunicación pública	86
2. Derecho de distribución y su agotamiento	86
IV. EL CONSUMIDOR Y EL (IMPOSIBLE) MERCADO DE SEGUNDA MANO DE CONTENIDOS DIGITALES	87
1. Los programas de ordenador y el resto de obras protegidas por derechos de autor	87
2. El consumidor frente al titular de derechos de autor.....	89
V. CONSIDERACIÓN FINAL: HACIA UN INDEFECTIBLE <i>TERTIUM GENUS</i>	90
VI. BIBLIOGRAFÍA.....	91
LOS CONTRATOS DE POOLS DE DATOS (DATA POOLS): APROXIMACIÓN A SU RÉGIMEN JURÍDICO Y FUNCIÓN ECONÓMICA, por Eugenio Olmedo Peralta	93
I. LOS DATOS COMO OBJETO DE NEGOCIOS JURÍDICOS.....	94
1. La incierta naturaleza jurídica de los datos: el origen del problema.....	97
2. Fallos de mercado que impiden el desarrollo de un mercado de datos	101
II. LA APUESTA POLÍTICA HACIA UN ESPACIO EUROPEO DE DATOS: MARCO NORMATIVO COMUNITARIO	102
III. LA CONTRATACIÓN SOBRE DATOS.....	105
1. La falta de un marco jurídico para los negocios de intercambio de datos	105
2. Formas de acceso a datos: transmitir vs. intercambiar	106
3. Transferencia vs. simple acceso.....	107
4. La intermediación de datos	108
5. El procesamiento de datos.....	109

	Pág.
6. Sistema de fuentes	110
IV. LA PROPUESTA DE REGULACIÓN DE LOS CONTRATOS SOBRE DATOS: LOS PRINCIPIOS ALI-ELI	110
V. RÉGIMEN JURÍDICO DE LOS CONTRATOS DE POOL DE DATOS O REPOSITARIOS DE DATOS	111
1. Concepto y función económica.....	111
2. Contrato basado en la confianza entre las partes o no	112
3. <i>Pools</i> de datos públicos y privados.....	113
4. Formas de llevar a cabo el intercambio de datos.....	114
5. Posibilidad de crear un consorcio intermediado: la intervención de un tercero no asociado.....	115
6. Obligaciones de las partes en la aportación de datos	115
6.1. Deber de conformidad de los datos aportados.....	116
6.2. Obligación de aportar datos libres de derechos de terceros. Saneamiento	116
6.3. Transmisión de riesgos	117
7. Obligaciones de las partes en el uso de los datos	117
7.1. Uso que se puede hacer de los datos	117
7.2. Titularidad de los nuevos derechos que se puedan generar de la combinación de los datos, en particular, los derechos de propiedad intelectual	118
8. Retribución.....	118
9. La salida del <i>pool</i> de datos	119
10. Control de equidad: prohibición de cláusulas abusivas.....	120
11. Breve apunte sobre la responsabilidad ante infracción de la normativa de protección de datos o derechos de propiedad intelectual e industrial	120
VI. BIBLIOGRAFÍA.....	121
ÁMBITO DE APLICACIÓN DEL NUEVO RÉGIMEN JURÍDICO DE LAS COMPRAVENTAS DE CONSUMO, por Manuel Pino Abad	123
I. INTRODUCCIÓN	124
II. ÁMBITO DE APLICACIÓN DEL NUEVO RÉGIMEN JURÍDICO DE LAS COMPRAVENTAS DE CONSUMO.....	130
1. Ámbito subjetivo de aplicación.....	130
2. Ámbito objetivo de aplicación	137
III. BIBLIOGRAFÍA.....	142
NOTAS ACERCA DE LOS CONTRATOS DE SUMINISTRO DE CONTENIDOS Y SERVICIOS DIGITALES EN EL DERECHO DEL CONSUMO E IDENTIFICACIÓN DE ALGUNOS SUPUESTOS DE FALTA DE CONFORMIDAD RELATIVOS A LA CALIDAD, por Iñaki Zurutuza Arigita	143
I. LOS CONTRATOS DE SUMINISTRO DE CONTENIDOS Y SERVICIOS DIGITALES EN EL DERECHO DEL CONSUMO	144
1. Consideración preliminar	144
2. Las Directivas 2019/770 y 2019/771 y su transposición al Derecho interno a través del Real Decreto-ley 7/2021.....	144
3. El suministro de contenidos y servicios digitales en el contexto del comercio electrónico	145

	Pág.
4. La tipificación y caracterización de los contratos de suministro de contenidos y servicios digitales.....	146
4.1. La definición en la Directiva 2019/770 y la referencia a la figura en el TRLGDCU.....	146
4.2. La identificación de los supuestos de contratos de suministro de contenidos y servicios digitales en base a dos criterios	146
II. LA CONFORMIDAD DE LOS BIENES Y DE LOS CONTENIDOS O SERVICIOS DIGITALES CON EL CONTRATO	151
1. El nuevo art. 115 TRLGDCU. Fundamento del criterio legal de conformidad.....	151
2. La falta de conformidad como presupuesto de la responsabilidad del empresario y del ejercicio de derechos por parte del consumidor o usuario...	152
2.1. La categoría de la «falta de conformidad».....	152
2.2. Supuestos en que cabe determinar la existencia de falta de conformidad en relación con los requisitos de conformidad. En particular, respecto al requisito de la calidad en los contenidos y servicios digitales creados por inteligencia artificial.....	152
III. BIBLIOGRAFÍA.....	155
 LA FALTA DE CONFORMIDAD COMO TIPO DE INCUMPLIMIENTO: MODERNIZACIÓN PARCIAL DEL DERECHO DE CONTRATOS, Y DISRUPCIONES CON EL RÉGIMEN TRADICIONAL DEL CÓDIGO CIVIL, por Ángel Juárez Torrejón	157
I. INTRODUCCIÓN. IDEAS PREVIAS.....	158
II. DESDE LA RESPONSABILIDAD CONTRACTUAL APOYADA EN LA CULPA, A LA RESPONSABILIDAD CONTRACTUAL OBJETIVA.....	159
1. Limitaciones metodológicas e ideológicas.....	159
1.1. Limitaciones metodológicas presentes en el Código Civil	159
1.2. Limitaciones ideológicas: el ideal liberal y la responsabilidad contractual por culpa.....	160
2. Intento de reconstrucción: hacia una responsabilidad contractual esencialmente objetiva.....	161
3. Aproximación de los sistemas de responsabilidad contractual entre las distintas tradiciones jurídicas europeas: de la progresiva objetivación de la responsabilidad contractual en el <i>Civil Law</i> , y de la relajación de la <i>strict liability</i> en el <i>Common Law</i>	164
III. EL DERECHO PRIVADO DE CONSUMO COMO UN SECTOR REGULATIVO CARENTE DE LAS LIMITACIONES METODOLÓGICAS E IDEOLÓGICAS DEL CÓDIGO CIVIL.....	165
IV. EL CASO CONCRETO DE LA RESPONSABILIDAD DEL VENDEDOR POR FALTAS DE CONFORMIDAD EN EL TRÁFICO CON CONSUMIDORES	166
1. Aspectos generales de la regulación.....	166
2. Aspectos concretos de la responsabilidad por faltas de conformidad, disruptivos con el régimen del Código Civil	167
2.1. Falta de conformidad y riesgos en la compraventa civil.....	168
2.2. Falta de conformidad y error vicio del consentimiento.....	170
2.3. Falta de conformidad y responsabilidad indemnizatoria	172

	Pág.
EL ARRENDAMIENTO DE BIENES CON ELEMENTOS DIGITALES: EN BUSCA DE UNA APLICACIÓN DEL DERECHO INTERNO CONFORME AL EUROPEO , <i>por Lidia Arnau Raventós</i>	175
I. LA OPORTUNIDAD DE LA CUESTIÓN Y LA DEFINICIÓN PREVIA. LOS BIENES CON ELEMENTOS DIGITALES EN EL ART. 3.3 DE LA DIRECTIVA (UE) 2019/771	176
II. LA CONFORMIDAD DEL BIEN CON ELEMENTOS DIGITALES AL CONTRATO DE ARRENDAMIENTO: ¿UNA EXIGENCIA EUROPEA?	178
1. Un concepto general de «bien con elementos digitales». El contrato de arrendamiento de bienes como contrato de servicios.....	179
2. El arrendamiento de bienes con elementos digitales, la Dir. 2019/770 y el suministro continuado	181
III. LOS BIENES CON ELEMENTOS DIGITALES Y SU CONTRATACIÓN EN EL TEXTO REFUNDIDO DE LA LEY GENERAL PARA LA DEFENSA DE CONSUMIDORES Y USUARIOS	185
1. Los bienes con elementos digitales en el Libro II TRDCU	185
2. ¿Responsabilidad por <i>falta de conformidad</i> del componente digital y por <i>vicios ocultos</i> del componente material? El debate está servido.....	188
IV. BIBLIOGRAFÍA.....	190
 LA VENTA DE BIENES CON CONTENIDO DIGITAL Y LOS REMEDIOS AL ALCANCE DEL CONSUMIDOR , <i>por Andrea Meijomil González</i>	 191
I. INTRODUCCIÓN	191
II. LOS BIENES Y SERVICIOS CON CONTENIDO DIGITAL.....	192
1. Preliminar	192
2. La nueva regulación en el Derecho europeo.....	192
3. La regulación en España y la especial referencia a la conformidad.....	195
III. LOS BIENES Y SERVICIOS CON CONTENIDO DIGITAL Y LOS REMEDIOS AL ALCANCE DEL CONSUMIDOR	196
1. Los bienes con elementos digitales	196
2. Los remedios al alcance del consumidor en las transacciones de bienes con contenido digital.....	197
IV. CONCLUSIÓN.....	200
V. BIBLIOGRAFÍA.....	200
 PARTE II DISPOSICIONES GENERALES EN MATERIA DE CONTRATOS MERCANTILES	
 CONTRATOS DE CONSUMO, RESEÑAS ONLINE DE BIENES Y SERVICIOS Y LIBERTAD DE EXPRESIÓN: A PROPÓSITO DE LAS CLÁUSULAS MORDAZA O ANTIRRESEÑAS , <i>por Luis María Miranda Serrano</i>	 203
I. PLANTEAMIENTO Y PROPÓSITO	204
II. LAS CLÁUSULAS MORDAZA O ANTIRRESEÑAS: SURGIMIENTO, REACCIÓN LEGISLATIVA FRENTE A ELLAS Y CONFLICTO ENTRE LIBERTAD DE EXPRESIÓN Y DERECHO AL HONOR.....	206
III. ANÁLISIS DE LAS CLÁUSULAS MORDAZA O ANTIRRESEÑAS A TRAVÉS DEL DERECHO DE OBLIGACIONES Y CONTRATOS.....	215

	Pág.
IV. ANÁLISIS DE LAS CLÁUSULAS MORDAZA O ANTIRRESEÑAS MEDIANTE EL DERECHO DE LA COMPETENCIA DESLEAL.....	222
V. A MODO DE CONCLUSIÓN	231
VI. BIBLIOGRAFÍA.....	232
INFORMACIÓN, CONSENTIMIENTO Y PATRONES OSCUROS EN LA CONTRATACIÓN ELECTRÓNICA, por M.^a Natalia Mato Pacín.....	235
I. INTRODUCCIÓN	236
II. CONSENTIMIENTO CONTRACTUAL EN CONTRATOS CON TRATAMIENTO DE DATOS PERSONALES COMO CONTRAPRESTACIÓN.....	237
III. <i>DARK PATTERNS</i> : UNA APROXIMACIÓN.....	239
1. Concepto y aplicaciones.....	239
2. Límites legales	241
IV. BIBLIOGRAFÍA.....	247
MEDIDAS CORRECTORAS INDIVIDUALES Y PRÁCTICAS DESLEALES CONTRA LOS CONSUMIDORES: PROBLEMAS NO RESUELTOS EN DERECHO ESPAÑOL, por Antonio Casado Navarro	249
I. PLANTEAMIENTO	250
II. LAS MEDIDAS CORRECTORAS INDIVIDUALES FRENTE A LAS PRÁCTICAS DESLEALES CONTRA LOS CONSUMIDORES EN LA DIRECTIVA 2005/29/CE SOBRE PRÁCTICAS COMERCIALES DESLEALES	253
1. El marco de medidas correctoras individuales frente a las prácticas desleales establecido en la DPCD.....	253
2. El régimen de remedios frente a las prácticas comerciales desleales establecido en el Derecho español	253
3. Las distintas soluciones adoptadas en el Derecho comparado	254
III. EL RÉGIMEN DE MEDIDAS CORRECTORAS INDIVIDUALES ESTABLECIDO EN LA DIRECTIVA (UE) 2019/2161.....	256
IV. LA INCORPORACIÓN DEL ART. 11 BIS DPCD EN EL DERECHO COMPARADO. EN ESPECIAL, EL CASO PORTUGUÉS	258
V. EL TITUBEANTE PROCESO DE INCORPORACIÓN DEL ART. 11 BIS DPCD AL ORDENAMIENTO ESPAÑOL	260
VI. LOS PROBLEMAS QUE SUSCITA LA INCORPORACIÓN DEL NUEVO ART. 11 BIS DPCD AL DERECHO NACIONAL.....	261
VII. CONSIDERACIONES FINALES	264
VIII. BIBLIOGRAFÍA.....	265
NOVEDADES DE LAS PRÁCTICAS COMERCIALES DESLEALES Y LA PROTECCIÓN DE LOS CONSUMIDORES EN EL ÁMBITO DIGITAL, por José Manuel Martín Fuster	267
I. INTRODUCCIÓN	268
II. NUEVAS PRÁCTICAS COMERCIALES ENCUBIERTAS	268
III. EL USO DE LAS RESEÑAS EN INTERNET.....	272
IV. NUEVAS OBLIGACIONES EN EL MERCADO ONLINE	274
V. LA NUEVA REGULACIÓN PARA LOS PRESTADORES DE SERVICIOS DE INTERMEDIACIÓN.....	277
VI. BIBLIOGRAFÍA.....	280

	Pág.
LA DETERMINACIÓN DEL PRECIO EN LOS CONTRATOS E INSTRUMENTOS FLEXIBLES PARA SU DEFINICIÓN, por María Pastrana Espárraga.....	283
I. INTRODUCCIÓN	284
II. LA FIJACIÓN DEL PRECIO EN EL CONTRATO.....	284
1. Nuevos instrumentos para su determinación.....	284
2. La aplicación de precios personalizados en la contratación <i>online</i> con consumidores.....	285
3. Supuestos de discriminación del consumidor.....	287
3.1. Discriminación de primer grado.....	288
3.2. Discriminación de segundo grado	288
3.3. Discriminación de tercer grado	288
3.4. Otras formas de discriminación.....	289
III. EL CARÁCTER DESLEAL DE LA CONDUCTA.....	290
IV. CONCLUSIONES	294
V. BIBLIOGRAFÍA.....	295
LA LEY DE COMPETENCIA DESLEAL COMO INSTRUMENTO DE PROTECCIÓN DE LA LIBRE DECISIÓN NEGOCIAL DE LOS CONSUMIDORES, por María Dolores Ramírez Benavente.....	297
I. INTRODUCCIÓN	298
II. EVOLUCIÓN HISTÓRICA DE LA COMPETENCIA DESLEAL EN ESPAÑA...	298
III. LA PROTECCIÓN DE LOS CONSUMIDORES COMO FINALIDAD PROPIA DE LA LCD	303
IV. UN CONCEPTO SOCIAL DE MERCADO. ÁMBITO OBJETIVO Y SUBJETIVO DE LA LCD Y PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR	308
1. Ámbito objetivo de la LCD y protección de los consumidores.....	308
2. Ámbito subjetivo de la LCD y la figura del consumidor	312
V. EVOLUCIÓN DE LA CLÁUSULA GENERAL DE DESLEALTAD Y PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR	315
VI. UNA CLÁUSULA GENERAL CONSUMERISTA. LA BUENA FE EN LAS RELACIONES DE CONSUMO.....	319
1. El concepto jurídico de empresario o profesional	321
2. Sentido y alcance de la diligencia profesional referida en el art. 4.1 segundo inciso de la LCD	322
3. Sentido y alcance de la expresión «distorsión del comportamiento económico»	324
4. El concepto legal de consumidor	326
VII. PRÁCTICAS COMERCIALES DESLEALES E INCIDENCIA DEL MERCADO DIGITAL.....	327
1. Prácticas comerciales engañosas.....	328
2. Prácticas comerciales agresivas.....	333
VIII. BIBLIOGRAFÍA.....	335
LA DIGITALIZACIÓN DE LAS RELACIONES CONTRACTUALES COMO EXCUSA PERFECTA PARA INCORPORAR EL CONTROL DE CONTENIDO A LAS CLÁUSULAS NO NEGOCIADAS ENTRE EMPRESARIOS, por Ignacio López-Hermoso Lázaro	339
I. IDEA PRINCIPAL.....	340

	Pág.
II. LA DIGITALIZACIÓN HA TENIDO UN IMPACTO MUY SIGNIFICATIVO EN LA NEGOCIACIÓN Y PRESTACIÓN DEL CONSENTIMIENTO CONTRACTUAL	340
1. La digitalización aleja a las partes de la mesa de negociación	340
2. El papel de la buena fe y la equidad a la hora de interpretar las normas jurídicas	342
III. LA NORMATIVA APLICABLE PREVÉ DE FORMA DEFICIENTE LA POSIBILIDAD DE APLICAR EL CONTROL DE CONTENIDO EN CONTRATOS B2B. DIRECCIÓN A SEGUIR	342
1. La Directiva 2011/83/UE convirtió la posibilidad de extender este régimen a pequeñas y medianas empresas en una opción de política legislativa	342
2. Los Principios de Derecho Europeo de los Contratos muestran el camino a seguir	343
3. Los intentos civiles de modernización del Derecho de obligaciones y contratos apuntaban en el buen camino.....	343
4. La práctica mercantil y la reforma de su normativa no debería permanecer inerte ante esta realidad.....	344
5. Siempre nos quedará nuestro Código Civil	344
IV. LA PRÁCTICA ACTUAL PIDE A GRITOS SOLUCIONES UNIFICADORAS DEL FENÓMENO	344
V. CATÁLOGO DE SOLUCIONES	345
1. Redacción de la cláusula o del clausulado del contrato	346
2. Negociación.....	347
3. Cumplimiento de la cláusula	347
4. Efectos de la eliminación de la cláusula abusiva en los contratos B2B	348
5. Consecuencias para el incumplidor	348
VI. ALGUNAS RECOMENDACIONES PRÁCTICAS A LA HORA DE REVISAR ESTE TIPO DE CONTRATOS B2B.....	349
VII. CONCLUSIONES	350
LOS NFTS EN LA CONTRATACIÓN ELECTRÓNICA: MEDIO Y OBJETO, por Antonio Alonso-Bartol Bustos.....	351
I. INTRODUCCIÓN	351
II. CONCEPTUALIZACIÓN DE LOS <i>NON FUNGIBLE TOKENS</i>	353
III. LOS NFTS COMO TÍTULOS REPRESENTATIVOS DE SITUACIONES PATRIMONIALES	355
1. Necesidad de un título valor para situaciones patrimoniales	355
2. Proceso de acuñamiento y abstracción.....	359
IV. Oponibilidad frente a terceros.....	361
1. La seguridad y fiabilidad de la información.....	362
2. Oponibilidad efectiva de los NFTs.....	363
V. CONCLUSIONES	365
VI. BIBLIOGRAFÍA.....	365
SMART CONTRACTS. VENTAJAS Y RIESGOS EN LAS RELACIONES DE CONSUMO, por Laura Martina Jeifetz	367
I. INTRODUCCIÓN	368
II. <i>SMART CONTRACTS</i> : DEBATE	368

	Pág.
III. VENTAJAS DE LOS CONTRATOS INTELIGENTES	370
IV. LAS RELACIONES DE CONSUMO.....	371
V. INCIDENCIA DE LOS <i>SMART CONTRACTS</i> EN LAS RELACIONES DE CONSUMO.....	372
VI. ALGUNOS EJEMPLOS DE APLICACIÓN	375
VII. CONCLUSIÓN.....	376
LA INTEGRACIÓN PUBLICITARIA DEL CONTRATO COMO INSTRUMENTO DE PROTECCIÓN DE CONSUMIDORES (CONTRATOS B2C) Y EMPRESARIOS (CONTRATOS B2B), por Ana Miranda Anguita	377
I. PLANTEAMIENTO Y PROPÓSITO	378
II. ORIGEN JUDICIAL Y FORMULACIÓN LEGAL DE LA INTEGRACIÓN PUBLICITARIA DEL CONTRATO.....	381
1. El origen judicial: las SSTs de 22 de enero de 1977 y de 5 de enero de 1980	381
2. La formulación legal: los arts. 61 y 115 ter <i>d</i>) TRLGDCU.....	381
3. Otras formulaciones legales de carácter sectorial.....	384
III. SIGNIFICADO, ALCANCE Y FUNDAMENTO DE LA INTEGRACIÓN PUBLICITARIA DEL CONTRATO	386
1. Consideraciones preliminares.....	386
2. Contrato concluido a través de la técnica de las condiciones generales y los clausulados predispuestos.....	387
3. Contrato concluido a través un proceso de negociación individual	389
4. Fundamento de la integración publicitaria del contrato	391
IV. ARGUMENTOS FAVORABLES PARA RECONOCER A EMPRESARIOS Y PROFESIONALES LA FACULTAD DE INTEGRAR EL CONTRATO CON EL CONTENIDO DE LA PUBLICIDAD.....	392
1. Consideraciones preliminares.....	392
2. Argumentos jurisprudenciales	393
3. Argumentos legislativos.....	396
4. La principal conclusión extraíble de esta doble argumentación.....	399
V. MEDIDAS A EJERCITAR POR EL PERJUDICADO (CONSUMIDOR O EMPRESARIO) PARA RESTAURAR LA CORRESPONDENCIA ENTRE EL CONTRATO Y LA PUBLICIDAD	400
VI. CONCLUSIONES	401
VII. BIBLIOGRAFÍA.....	403

**PARTE III
CONTRATOS A TRAVÉS DE PLATAFORMAS DIGITALES**

RESPONSABILIDAD DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES DE COMPRAVENTA DE BIENES Y SERVICIOS POR INFRACCIONES CONTRA DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES, por Fernando Carballo Cascón.....	409
I. INTRODUCCIÓN: LAS PLATAFORMAS DIGITALES DE COMPRAVENTA DE BIENES Y SERVICIOS EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO GLOBAL ...	410
II. RÉGIMEN GENERAL DE RESPONSABILIDAD DE LOS SERVICIOS DE PLATAFORMA EN LÍNEA.....	415
1. Los precedentes: el régimen de puerto seguro establecido en la Directiva 2000/31/CE, de comercio electrónico	415

	Pág.
2. La interpretación del Tribunal de Justicia de la UE sobre el alcance de las reglas de puerto seguro	416
3. Las reglas de exención de responsabilidad de intermediarios de alojamiento de datos en el Reglamento (UE) de Servicios Digitales	421
4. Obligaciones de diligencia debida de los prestadores de servicios de alojamiento de datos, en particular plataformas en línea de comercio electrónico.	422
III. RESPONSABILIDAD DE LAS PLATAFORMAS DE COMERCIO ELECTRÓNICO POR INFRACCIONES CONTRA DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS	425
1. Obligaciones de información precontractual	425
2. La responsabilidad del servicio de plataforma de comercio electrónico que actúa como oferente y vendedor de productos y servicios	426
3. La responsabilidad del servicio de plataforma de comercio electrónico por las infracciones contra los derechos de consumidores y usuarios cometidas por los usuarios profesionales de su servicio de intermediación	427
3.1. Las condiciones de imputación de responsabilidad a la plataforma en línea por las infracciones en materia de consumo cometidas por los vendedores usuarios de su servicio en línea.....	428
3.2. Naturaleza de la responsabilidad (directa o indirecta)	432
3.3. Responsabilidad y obligaciones de diligencia debida	434
IV. BIBLIOGRAFÍA.....	435
LA PROTECCIÓN DE LOS USUARIOS FINALES EN EL REGLAMENTO DE MERCADOS DIGITALES (RMD), por Juan Ignacio Ruiz Peris.....	437
I. CONSIDERACIONES GENERALES	437
II. CONCEPTOS	438
1. Guardián de acceso	438
2. Servicio digital principal de plataforma	440
3. Usuarios profesionales y finales.....	441
III. EL RMD Y LOS USUARIOS FINALES	441
IV. OBLIGACIONES IMPUESTAS A LOS GUARDIANES DE ACCESO EN BENEFICIO DE LOS USUARIOS FINALES.....	442
1. Obligaciones positivas	442
2. Obligaciones negativas	443
V. DISPUTABILIDAD DEL MERCADO Y PROTECCIÓN DE LOS USUARIOS FINALES.....	445
VI. CONSIDERACIONES FINALES	446
LA IDENTIFICACIÓN DEL CARÁCTER DE COMERCIANTE DEL ANFITRIÓN EN LAS PLATAFORMAS DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO, por Juan Flaquer Riutort.....	449
I. INTRODUCCIÓN	450
II. LA IDENTIFICACIÓN DEL CARÁCTER DE COMERCIANTE EN EL NUEVO ART. 97 BIS Y LAS CONSECUENCIAS DE SU INCUMPLIMIENTO.....	452
III. LA INAPLICABILIDAD DE LA NORMATIVA DE PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR CUANDO EL ANFITRIÓN NO ES COMERCIANTE.....	454
IV. EL EJEMPLO DE AIRBNB	455
V. PERSPECTIVAS DE FUTURO	457
VI. BIBLIOGRAFÍA.....	458

	Pág.
EL METAVERSO A LA LUZ DE LA CONVENCION DE VIENA DE 1980 SOBRE LOS CONTRATOS DE COMPRAVENTA INTERNACIONAL DE MERCADERIAS, por Mónica Lastiri Santiago y Pilar Perales Viscasillas	459
I. LA REVOLUCIÓN VIRTUAL.....	460
II. PRIMERA MANIFESTACIÓN DE UN MUNDO VIRTUAL EN EL DERECHO: <i>SECOND LIFE</i>	461
III. LA WEB 3.0	461
IV. CONCEPTUALIZANDO AL METAVERSO. LA FORMACIÓN Y PERFECCIÓN DE CONTRATOS EN EL METAVERSO.....	463
1. El metaverso centralizado. La compraventa de datos	464
2. El metaverso descentralizado	467
V. LOS PRODUCTOS VIRTUALES DEL METAVERSO	468
1. Los productos virtuales	468
2. Los NFTs.....	469
VI. LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS VIRTUALES.....	472
VII. CONCLUSIONES	474
LA TUTELA DEL CLIENTE EN LA CONTRATACIÓN DIGITALIZADA. ESPECIAL ATENCIÓN A LAS PLATAFORMAS DE INTERMEDIACIÓN EN LÍNEA, por Inmaculada González Cabrera	477
I. INTRODUCCIÓN	478
II. BREVE EXÉGESIS DE LA FIGURA DEL CONSUMIDOR.....	479
III. PERFIL DEL USUARIO PROFESIONAL.....	480
IV. EL CLIENTE <i>VERSUS</i> PAR	481
V. MEDIDAS MÍNIMAS DE EQUIDAD EN LA CONTRATACIÓN	484
VI. CAMINANDO HACIA LA PROTECCIÓN DEL CONTRATANTE MÁS DÉBIL	489
VII. LA INCLUSIÓN DE LAS RELACIONES ENTRE IGUALES	491
VIII. CONCLUSIONES	493
IX. BIBLIOGRAFÍA	494
X. RECURSOS COMPLEMENTARIOS	496
LAS PLATAFORMAS DE COMERCIALIZACIÓN DE CONTENIDOS O SERVICIOS DIGITALES Y SUS USUARIOS PROFESIONALES (ACLARANDO CONCEPTOS), por Patricia Márquez Lobillo	497
I. PARTIENDO DE LA BASE: PRESTADORES DE SERVICIOS DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN Y/O PRESTADORES DE SERVICIOS DE INTERMEDIACIÓN	498
II. LOS SUJETOS DE LA COMERCIALIZACIÓN DE CONTENIDOS O SERVICIOS DIGITALES.....	504
1. La plataforma de comercialización de contenidos digitales y su relación jurídica con el destinatario de sus servicios	504
2. El prestador-comercializador de contenidos o servicios digitales	510
III. BIBLIOGRAFÍA.....	513
PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR Y ECONOMÍA DE LAS PLATAFORMAS: UN DESAFÍO EN UNA NUEVA REALIDAD, por Aránzazu Pérez Moriones	517
I. INTRODUCCIÓN	518

	Pág.
II. LA CLARIFICACIÓN DE LA POSICIÓN DE LA CONTRAPARTE CONTRACTUAL DEL CONSUMIDOR: DE NUEVO, EL SUMINISTRO DE INFORMACIÓN	520
1. Planteamiento	520
2. Los requisitos de información específicos adicionales para contratos celebrados en mercados en línea	521
3. La trazabilidad de los comerciantes.....	524
III. LA OMISIÓN DE LAS INFORMACIONES RELATIVAS A LA CONTRAPARTE CONTRACTUAL DEL CONSUMIDOR	526
1. Su calificación como omisión engañosa	526
2. La aplicación de la doctrina <i>Wathelet</i>	528
3. Hacia la eventual responsabilidad de la plataforma: el art. 6 del Reglamento de Servicios Digitales.....	529
IV. A MODO DE CONCLUSIÓN	532
V. BIBLIOGRAFÍA.....	533
ACTIVOS DIGITALES EN <i>NON-FUNGIBLE TOKENS</i> (NFT): RIESGOS JURÍDICOS, PLATAFORMAS MERCADO E (IN)APLICACIÓN DEL DERECHO DE CONSUMO, por Francisca M. Rosselló-Rubert.....	535
I. ¿QUÉ ES UN NFT? ASPECTOS TÉCNICOS BÁSICOS, UTILIDADES Y PROPUESTA DE DEFINICIÓN	536
II. ALGUNOS RIESGOS TÉCNICOS Y JURÍDICOS DE LA ADQUISICIÓN DE NFT.....	539
1. La falta de homogeneidad en los derechos transmitidos por NFT	539
2. La posible desvinculación del NFT de su documentación contractual	540
3. Riesgos derivados de la pervivencia y mutabilidad del activo digital.....	540
4. Posibilidades del «mintado» vs. límites al uso y disfrute del activo	541
5. NFT y contenidos lesivos. Conocimiento efectivo por las plataformas de mercado y retirada de acceso	541
III. NFT, PLATAFORMAS MERCADO E (IN)APLICACIÓN DEL DERECHO DE CONSUMO.....	543
1. NFT como bien de consumo y objeto de compraventa	543
2. Relaciones <i>B2B</i> , <i>B2C</i> , <i>C2C</i> , <i>P2C</i> e identidad del comerciante	543
3. Plataformas de compraventa de NFT: ¿intermediarias o comercializadoras?	543
4. El consumidor experto en NFT	545
IV. CONCLUSIONES	545
V. BIBLIOGRAFÍA.....	546

PARTE IV CONTRATOS DE TRANSPORTE

RESPONSABILIDAD DEL PORTEADOR POR LOS DAÑOS DERIVADOS DE LA CARGA Y ESTIBA DE LAS MERCANCÍAS EN EL TRANSPORTE POR CARRETERA, por Alberto Emparanza Sobejano	551
I. INTRODUCCIÓN	552
II. LA OBLIGACIÓN DE CARGA Y ESTIBA DE LAS MERCANCÍAS EN EL ART. 20 LCTTM.....	553
1. La atribución al cargador de la obligación de carga y estiba.....	553
2. La posible atribución al porteador de la obligación de carga, estiba, destiba y descarga.....	554

	Pág.
III. EL DEBER DE COLABORACIÓN DEL TRANSPORTISTA EN LA ESTIBA DE LAS MERCANCÍAS	556
1. Contenido y alcance del deber de colaboración del transportista en la estiba de las mercancías.....	556
2. El régimen legal previsto en el Real Decreto 563/2017, de 2 de junio: la ficha de estiba	560
IV. SUPUESTOS DE RESPONSABILIDAD DEL PORTEADOR POR LOS DAÑOS EN LAS MERCANCÍAS DERIVADOS DE LA CARGA Y/O ESTIBA DEFICIENTE	561
1. La responsabilidad por daños derivados de la carga y/o estiba en el CMR ...	561
2. La responsabilidad por daños derivados de la carga y estiba en los ordenamientos de nuestro entorno.....	563
2.1. La responsabilidad por daños derivados de la carga y estiba en el Derecho francés.....	563
2.2. La responsabilidad por daños derivados de la carga y/o estiba en el Derecho italiano.....	564
2.3. La responsabilidad por daños derivados de la carga y/o estiba en el Derecho alemán	566
3. La responsabilidad por daños derivados de la carga y/o estiba en el ordenamiento español.....	568
3.1. La responsabilidad del porteador por los daños derivados de la deficiente y/o estiba realizada por el cargador.....	568
3.2. La responsabilidad del porteador por las inadecuadas instrucciones impartidas al cargador para la realización de la estiba	569
3.3. La responsabilidad del porteador por la realización de las operaciones de estiba y amarre de las mercancías atribuidas al cargador	570
V. CONCLUSIONES	572
 LA PROTECCIÓN DEL PASAJERO AÉREO: NUEVAS SOLUCIONES DEL TRIBUNAL DE JUSTICIA DE LA UNIÓN EUROPEA A NUEVOS Y NO TAN NUEVOS PROBLEMAS, por M.^a Victoria Petit Lavall.....	 573
I. INTRODUCCIÓN	574
II. LA APORTACIÓN DE LAS NUEVAS SENTENCIAS	575
1. Concreción del ámbito de aplicación del Reglamento 261/2004.....	575
1.1. El concepto «vuelo»	575
1.2. La reserva confirmada	578
2. Un nuevo incumplimiento: el «gran adelanto» como supuesto de cancelación	579
3. De nuevo sobre la delimitación del gran retraso.....	580
4. Sobre los derechos de los pasajeros contenidos en el Reglamento 261/2004	581
4.1. Sobre el derecho de información.....	581
4.2. Sobre el derecho al reembolso o a un transporte alternativo.....	582
4.3. Sobre el derecho de compensación	583
4.4. La inclusión de otros supuestos de circunstancia extraordinaria	584

	Pág.
LOS NUEVOS MODOS DE CONTRATACIÓN Y LOS DERECHOS DEL PASAJERO-CONSUMIDOR EN EL TRANSPORTE AÉREO, por Segismundo Torrecillas López	587
I. INTRODUCCIÓN	588
II. DERECHOS Y OBLIGACIONES DEL PASAJERO-CONSUMIDOR AÉREO ...	592
III. POSIBLES RECLAMACIONES DEL CONSUMIDOR-PASAJERO AÉREO	595
1. Reclamación extrajudicial.....	595
2. Administración pública	596
3. Carta de Servicios de Atención al Usuario de Transporte Aéreo.....	596
4. Arbitraje de consumo	596
5. Reclamación judicial	596
6. Objeto de la reclamación. ¿Qué se puede reclamar con el nuevo procedimiento? ¿Quién puede reclamar?	597
IV. INICIO DEL PROCEDIMIENTO ADR ANTE AESA	599
V. CONSIDERACIÓN FINAL	602
VI. BIBLIOGRAFÍA.....	602
A VUELTAS CON LA PROTECCIÓN DE LOS VIAJEROS POR FERROCARRIL EN LA UNIÓN EUROPEA: RETRASOS, PÉRDIDA DE ENLACES CANCELACIONES, por Ciara Vicente Mampel	605
I. INTRODUCCIÓN	606
II. EL REGLAMENTO (UE) NÚM. 2021/782.....	609
1. Ámbito de aplicación.....	609
2. El régimen de protección de los viajeros en caso de retrasos, pérdida de enlaces y cancelaciones	612
2.1. Aspectos generales	612
2.2. Los derechos mínimos de los viajeros	614
III. BIBLIOGRAFÍA.....	622
PARTE V	
CONTRATOS FINANCIEROS	
EL CONFLICTO DE INTERÉS EN LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS FINANCIEROS COMPLEJOS, por María Enciso Alonso-Muñumer	627
I. EL CONFLICTO SUSCITADO ENTORNO A LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS FINANCIEROS COMPLEJOS	628
II. RÉGIMEN JURÍDICO APLICABLE A LA RELACIÓN DEL PROFESIONAL FINANCIERO CON EL INVERSOR: DEBERES DE ACTUACIÓN.....	630
III. EL RIESGO DE CONFLICTO DE INTERÉS EN LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS FINANCIEROS COMPLEJOS.....	636
1. Marco jurídico	636
2. Conflictos de interés detectados en la comercialización de productos financieros complejos	637
2.1. Coincidencia entre el emisor, estructurador y asesor en la colocación.	637
2.2. Cobro de márgenes incorporado al precio.....	639
2.3. El papel del agente de cálculo: la importancia de la política de ajustes en el subyacente	642
IV. PROTECCIÓN DEL INVERSOR ANTE EL INCUMPLIMIENTO DE LOS DEBERES DE CONDUCTA EN LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS FINANCIEROS COMPLEJOS	644

	Pág.
1. La pretendida eficacia de la demanda de declaración de nulidad y la acción de resolución contractual (art. 1124 CC).....	644
2. Indemnización por los daños y perjuicios causados en los casos de actuación en situaciones de conflictos de interés.....	646
V. BIBLIOGRAFÍA.....	653
ASESORAMIENTO FINANCIERO AUTOMATIZADO E INTELIGENCIA ARTIFICIAL (LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS FINANCIEROS MEDIANTE ROBO-ADVISORS), por Rafael Marimón Durá	655
I. INTRODUCCIÓN	656
II. CARACTERIZACIÓN, VENTAJAS Y RIESGOS.....	657
III. TIPOS DE ROBO-ADVISORS.....	660
IV. ¿EN QUÉ MEDIDA ESTÁN PRESTANDO ASESORAMIENTO EN MATERIA DE INVERSIÓN?	662
V. CONSECUENCIAS DE LA CALIFICACIÓN COMO ASESORAMIENTO EN MATERIA DE INVERSIÓN DE LA ACTIVIDAD QUE REALIZAN LOS ROBO-ADVISORS	665
VI. ESPECIFICIDAD DE LA ACTIVIDAD Y OPORTUNIDAD DE UN TRATAMIENTO NORMATIVO AD HOC	672
VII. USO DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL POR LOS ROBO-ADVISORS Y CONSECUENCIAS EN TÉRMINOS DE TRANSPARENCIA, GOBERNANZA Y RESPONSABILIDAD	673
1. Uso de IA por el robo-advisor.....	673
2. Sistemas de IA de riesgo normal y de alto riesgo.....	675
3. Reglas de transparencia	676
4. Reglas de gobernanza.....	677
5. Régimen de responsabilidad.....	678
VIII. BIBLIOGRAFÍA.....	682
LA PROTECCIÓN DEL CLIENTE FINANCIERO ANTE LOS RETOS DE LA DIGITALIZACIÓN, por María Jesús Blanco Sánchez	685
I. CONTEXTUALIZACIÓN DEL FENÓMENO: NUEVOS CANALES DE CONTRATACIÓN Y PARTICULARIDADES DEL OBJETO. CONCEPTUALIZACIÓN DE LA FIGURA DEL USUARIO DE SERVICIOS FINANCIEROS	686
1. Nuevos canales de contratación y particularidades del objeto.	686
2. Conceptualización de la figura del usuario de servicios financieros.....	687
II. SUPERVISIÓN EFECTIVA Y PROTECCIÓN DEL CLIENTE	688
III. DE LA PROTECCIÓN DEL CLIENTE EN LA FASE PRECONTRACTUAL. ESPECIAL REFERENCIA AL DEBER DE INFORMACIÓN COMO MECANISMO DE GARANTÍA DE TRANSPARENCIA.....	690
1. Cuestiones generales.....	690
2. Deber de información.....	691
2.1. Concepto, contenido y características	691
2.2. El deber de información como mecanismo de fomento de la transparencia en el sector bancario	692
IV. ACTUACIONES NORMATIVAS RECIENTES PROYECTO DE LEY POR LA QUE SE REGULAN LOS SERVICIOS DE ATENCIÓN A LA CLIENTELA Y PROYECTO DE LEY DE CREACIÓN DE LA AUTORIDAD ADMINISTRATIVA INDEPENDIENTE DE DEFENSA DEL CLIENTE FINANCIERO	695
V. CONCLUSIONES	698
VI. BIBLIOGRAFÍA.....	699

	Pág.
LAS GREEN-FINTECH AL SERVICIO DE LA SOSTENIBILIDAD FINANCIERA, <i>por Beatriz Fonticiella Hernández</i>	701
I. LA SOSTENIBILIDAD FINANCIERA.....	702
II. LA ASIMETRÍA INFORMATIVA EN MATERIA DE SOSTENIBILIDAD.....	704
III. EL <i>GREENWASHING</i> EN EL SECTOR FINANCIERO.....	707
IV. LAS <i>GREEN-FINTECH</i> COMO FÓRMULA PARA LA PROTECCIÓN DE LOS INVERSORES Y CONTRA EL <i>GREENWASHING</i>	708
V. CONCLUSIONES.....	711
VI. BIBLIOGRAFÍA.....	712
 LA PIGNORACIÓN DE CUENTAS DE CENTRALIZACIÓN DE TESORERÍA Y LA NOCIÓN DE «CONTROL» COMO REQUISITO DE APORTACIÓN DE LA GARANTÍA FINANCIERA, <i>por Bruno W. Martín Baumeister</i>	715
I. INTRODUCCIÓN.....	716
II. EL CONTRATO DE CENTRALIZACIÓN DE TESORERÍA.....	718
1. Modelos de centralización efectiva vs. virtual.....	718
2. Centralización de tesorería y <i>open banking</i>	719
3. Centralización de tesorería y tecnología <i>blockchain</i>	722
III. LA CONSTITUCIÓN DE GARANTÍA FINANCIERA SOBRE CUENTAS DE EFECTIVO.....	724
1. Marco jurídico.....	724
2. El «efectivo» como objeto de la garantía financiera.....	725
3. La noción de «control» como requisito de aportación de la garantía finan- ciera sobre cuentas de efectivo.....	726
4. El modelo <i>Draft Common Frame of Reference</i> (DCFR).....	728
5. El modelo <i>Uniform Commercial Code</i> (UCC).....	728
6. El poder de denegación de retirada de efectivo en la PSD2.....	730
7. Los derechos de sustitución y de retirada del excedente.....	730
IV. LA STJUE EN EL ASUNTO <i>PRIVATE EQUITY INSURANCE GROUP Y SWEDBANK AS</i>	731
V. CONCLUSIONES.....	735
 PROTECCIÓN DEL ADQUIRENTE DE PRODUCTOS FINANCIEROS A TRA- VÉS DE LA INDEMNIZACIÓN DE DAÑOS: UNA CURIOSA FORMA DE RESPONSABILIDAD CIVIL, <i>por Julio Esplugues</i>	737
I. INTRODUCCIÓN.....	737
II. CASO MODELO.....	738
III. FÓRMULA DE CÁLCULO.....	739
IV. ORIGEN DE LA DOCTRINA.....	740
V. ALGUNAS PRECISIONES SOBRE EL CÁLCULO.....	741
VI. ALGUNAS DUDAS SOBRE LAS RESOLUCIONES ANALIZADAS.....	742
VII. CONCLUSIONES.....	743
VIII. BIBLIOGRAFÍA.....	743
 LA REVOLUCIÓN DIGITAL DE LAS FINANZAS. EL CONSUMIDOR ANTE EL MERCADO DE LOS CRIPTOACTIVOS. ¿ES POSIBLE UNA ALTERNATIVA SOSTENIBLE?, <i>por Susana González Arjona</i>	745
I. INTRODUCCIÓN.....	746
II. LA REVOLUCIÓN DIGITAL DE LAS FINANZAS. CRIPTOACTIVOS, RIES- GOS Y OPORTUNIDADES.....	747

	Pág.
1. El sector financiero ante el proceso de digitalización. Nuevos horizontes	747
2. Los riesgos de operar con criptoactivos.....	748
III. LA PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR EN EL MERCADO DE CRIPTOACTIVOS.....	751
1. La posición del consumidor ante el mercado de criptoactivos. Situación normativa actual.....	751
2. Algunos apuntes sobre la Propuesta de Reglamento relativo a los mercados de criptoactivos (MiCA).....	752
3. Medios de protección del consumidor	755
3.1. La referencia al consumidor en MiCA.....	755
3.2. Medios de protección. Especial referencia a los derechos de información y desistimiento.....	756
IV. SOSTENIBILIDAD Y CRIPTOACTIVOS. ¿ANTAGONISMO O COMPATIBILIDAD?	759
V. CONCLUSIONES	761
VI. BIBLIOGRAFÍA.....	761
CONTRATACIÓN DE SERVICIOS FINANCIEROS EN LÍNEA Y PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR, A RAÍZ DE LA PROPUESTA DE MODIFICACIÓN DE LA COMISIÓN EUROPEA, por Lucía Márquez Lobillo	763
I. INTRODUCCIÓN	764
II. EVOLUCIÓN LEGISLATIVA	765
III. ANÁLISIS DE LAS PRINCIPALES NOVEDADES DE LA PROPUESTA DE DIRECTIVA.....	767
1. Deber de información precontractual.....	767
2. Derecho de desistimiento.....	769
2.1. El derecho de desistimiento en supuestos de ejecución parcial.....	771
3. Equidad en línea.....	772
IV. CONCLUSIONES	773
V. BIBLIOGRAFÍA.....	774
PARTE VI	
CONTRATOS DE SEGURO	
EL CLIENTE-CONSUMIDOR DE SEGUROS ANTE UN MERCADO INTELIGENTE Y DIGITAL, por María Jesús Peñas Moyano	777
I. PLANTEAMIENTO	780
II. LA NECESARIA ACTUALIZACIÓN DEL RÉGIMEN DEL CONTRATO DE SEGURO	781
III. PUESTA EN MARCHA DE LA IDENTIDAD DIGITAL Y SU INFLUENCIA SOBRE LA CONTRATACIÓN.....	783
IV. NOVEDADES DE LA REFORMA DEL RÉGIMEN DE CONTRATACIÓN A DISTANCIA DE SERVICIOS FINANCIEROS	790
1. Armonización: incorporación a la normativa sobre derechos de los consumidores.....	790
2. Información precontractual.....	793
3. La equidad en línea como garantía en la contratación a distancia	794
4. El derecho de desistimiento.....	795
5. Otras cuestiones.....	798

	Pág.
V. FUTURO PRÓXIMO ¿Y AHORA QUÉ?.....	799
VI. BIBLIOGRAFÍA.....	800
DIGITALIZACIÓN Y SEGURO: HACIA UNA NUEVA DECLARACIÓN DEL RIESGO, por María del Rocío Quintáns Eiras	803
I. CONSIDERACIONES PREVIAS: DATOS MANEJADOS DE FORMA INTELIGENTE COMO EJES DE LA TRANSFORMACIÓN DE INDUSTRIA ASEGURADORA	804
II. EL PROCESO DE DIGITALIZACIÓN EN EL MARCO REGULATORIO ACTUAL: ACTUALIZACIÓN Y RACIONALIZACIÓN NORMATIVA.....	807
III. CAMBIOS EN LOS FLUJOS DE LA INFORMACIÓN EN LA DECLARACIÓN DEL RIESGO.....	815
1. Hacia una nueva forma de delimitar los riesgos: datos y tecnología analítica	815
2. Reformulación de la declaración de riesgos del asegurado: ¿de deber del asegurado a obligación de información precontractual de la aseguradora? ..	819
3. Primas personalizadas.....	824
IV. BIBLIOGRAFÍA.....	829
LA ADHESIÓN DIRECTA Y AUTOMÁTICA VERSUS LA LIBRE AUTONOMÍA DE LA VOLUNTAD EN PLANES DE PENSIONES TRAS LA LEY 12/2022. LOS FONDOS DE PENSIONES DE EMPLEO DE PROMOCIÓN PÚBLICA, por Félix Benito Osma.....	835
I. EL INICIO DE LAS MEDIDAS DE REFORMA. DIFERENCIACIÓN Y POTENCIACIÓN DE LA PREVISIÓN SOCIAL EMPRESARIAL, LAS LEYES 11/2020 Y 22/2021, DE PRESUPUESTOS GENERALES DEL ESTADO	836
II. LA LEY 12/2022, DE REGULACIÓN PARA EL IMPULSO DE LOS PLANES DE PENSIONES DE EMPLEO	838
1. El proceso de simplificación y transformación de categoría de los planes de pensiones.....	839
2. Los Fondos de Pensiones de Empleo de Promoción Pública (FPEPP)	840
3. Los principios básicos de los planes de pensiones. La información previa, el acceso y la no discriminación en la contratación	843
III. BIBLIOGRAFÍA.....	849
EL IMPACTO DEL CAMBIO CLIMÁTICO EN EL SEGURO AGRARIO COMBINADO, por Teresa Franquet Sagrañes	851
I. EL CAMBIO CLIMÁTICO Y SUS EFECTOS ADVERSOS.....	852
II. CONCEPTO Y FUNCIÓN DEL SEGURO AGRARIO COMBINADO.....	852
1. Origen y función del seguro agrario combinado.....	853
2. Concepto.....	855
III. LA COOPERACIÓN PÚBLICO PRIVADA: LAS INSTITUCIONES Y PERSONAS IMPLICADAS EN EL CONTRATO DE SEGURO AGRARIO COMBINADO	856
1. La Agrupación Española de Entidades Aseguradoras de los Seguros Agrarios Combinados	857
2. La Entidad Estatal de Seguros Agrarios	857
3. El Consorcio de Compensación de Seguros	859
3.1. La función de asegurador directo: el coaseguro.....	859

	Pág.
3.2. La función de reasegurador: el reaseguro.....	860
3.3. La función relativa al control de las peritaciones.....	861
IV. CONCLUSIONES.....	861
V. BIBLIOGRAFÍA.....	863
 EL CONTRATO DE SEGURO EN EL UNIVERSO VIRTUAL. REFLEXIONES ACERCA DE SU IMPLEMENTACIÓN, por Juan Pablo Gonzales Bustos.....	
I. INTRODUCCIÓN.....	866
II. ¿QUÉ ES EL UNIVERSO VIRTUAL - METAVERSO?.....	867
1. Qué posibilidades ofrece el universo virtual.....	868
2. Usuarios registrados en el universo virtual.....	869
3. Tipología de residentes en el universo virtual.....	870
4. Empresas con presencia en el universo virtual.....	870
5. Valoración del universo virtual.....	871
III. OPERACIONES DE COMPRA Y VENTA EN EL UNIVERSO VIRTUAL.....	871
IV. INGRESOS QUE SE PERCIBEN EN EL UNIVERSO VIRTUAL.....	873
V. POR QUÉ ES NECESARIO REGULAR EL FUNCIONAMIENTO DEL UNI- VERSO VIRTUAL.....	874
VI. AUTORREGULACIÓN O INTERVENCIONISMO ADMINISTRATIVO.....	875
VII. ¿QUIÉN DEBE REGULAR LAS INTERACCIONES EN EL UNIVERSO VIR- TUAL?.....	875
VIII. EL CONTRATO DE SEGURO EN EL UNIVERSO VIRTUAL.....	877
1. ¿Es posible suscribir un contrato de seguro en el universo virtual?.....	878
2. Cómo y dónde debe contemplarse los contratos de seguro en el universo virtual.....	879
IX. CONCLUSIONES.....	880
X. BIBLIOGRAFÍA.....	881

ABREVIATURAS

AAMN	Anales de la Academia Matritense del Notariado.
AAVV	autores varios.
AC	<i>Aranzadi Civil.</i>
<i>Act. Civ.</i>	<i>Actualidad Civil.</i>
AD	<i>Actualidad y Derecho.</i>
ADC	<i>Anuario de Derecho Civil.</i>
ADCon	<i>Anuario de Derecho Concursal.</i>
ADI	<i>Actas de Derecho Industrial.</i>
ADM	<i>Anuario de Derecho Marítimo.</i>
AEIE	Agrupaciones Europeas de Interés Económico.
AJA	Actualidad Jurídica Aranzadi.
AP/AAPP	Audiencia Provincial/Audiencias Provinciales.
apdo.	Apartado.
ARAJL	Anales de la Real Academia de Jurisprudencia y Legislación.
art./arts.	artículo/artículos.
ASN	Academia Sevillana del Notariado.
BCAM	<i>Boletín del Ilustre Colegio de Abogados de Madrid.</i>
BCAS	<i>Boletín del Ilustre Colegio de Abogados de Sevilla.</i>
BCRE	<i>Boletín del Colegio de Registradores de España.</i>
BIMCO	Conferencia Marítima Internacional y del Báltico.
BOE	<i>Boletín Oficial del Estado.</i>
BOJA	<i>Boletín Oficial de la Junta de Andalucía.</i>
Bol.	<i>Boletín.</i>
BOP	<i>Boletín Oficial de la Provincia.</i>
BOPI	<i>Boletín Oficial de la Propiedad Industrial.</i>
BORME	<i>Boletín Oficial del Registro Mercantil.</i>
C. de c.	Código de comercio.
CBE	Circular del Banco de España.
CC	Código Civil, publicado por el Real Decreto de 24 de julio de 1889, modificado por última vez por Ley 1/2009.
CP	Código Penal, aprobado por Ley Orgánica 10/1995, de 23 de noviembre, modificado por última vez por Ley Orgánica 5/2010, de 22 de junio.
cap./caps.	capítulo/capítulos.
CCJC	<i>Cuadernos Civitas de Jurisprudencia Civil.</i>
CCS	Consortio de Compensación de Seguros.
CDC	<i>Cuadernos de Derecho y Comercio.</i>
CDCSB	Comisionado para la Defensa del Cliente de Servicios Bancarios.
CDJ	<i>Cuadernos de Derecho Judicial.</i>
CE	Constitución Española de 1978.
CECA	Comunidad Europea del Carbón y del Acero.

CEE	Comunidad Económica Europea.
CESCE	Compañía Española de Seguro de Crédito a la Exportación.
cfr.	confróntese.
circ./circs.	circular/circulares.
cit./cits.	citado/citados.
CMI	Comité Marítimo Internacional.
CMR	Convenio relativo al Transporte Internacional de Mercancías por Carretera hecho en Ginebra el 19 de mayo de 1956; Instrumento de Adhesión de España de 12 de septiembre de 1973.
CNMC	Comisión Nacional de los Mercados y Competencia.
CNMV	Comisión Nacional del Mercado de Valores.
CNUCCIM	Convención de las Naciones Unidas sobre los Contratos de Compraventa Internacional de Mercaderías.
CNUCTIMM	Convenio de las Naciones Unidas sobre el Contrato de Transporte Internacional de Mercancías Total o Parcialmente Marítimo («Reglas de Rotterdam»).
coord./coords.	coordinador/coordinadores.
CSIC	Consejo Superior de Investigaciones Científicas.
CUP	Convenio de la Unión de París de 20 de marzo de 1883; Instrumento de Ratificación de España de 13 de diciembre de 1971.
D.	Decreto.
d.	disposición.
d.a.	disposición adicional.
D.A.	Il Diritto Aereo.
d.d.	disposición derogatoria.
d.f.	disposición final.
D.L.	Decreto Ley.
D.N.I.	Documento Nacional de Identidad.
d.t.	disposición transitoria.
DGRN	Dirección General de los Registros y del Notariado.
DGSFP	Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones.
DGTYPF	Dirección General del Tesoro y Política Financiera.
Dir./Dir.	Directiva/Directivas.
dir/dirs	director/directores.
Directiva MiFID	Directiva 2004/39/CE, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 21 de abril, relativa a los mercados de instrumentos financieros.
Directiva MiFID II	Directiva 2014/65/UE, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 15 de mayo, relativa a los mercados de instrumentos financieros.
DJ	Documentación Jurídica.
<i>DLL</i>	<i>Diario La Ley.</i>
DN	Derecho de los Negocios.
DO	Denominación de Origen.
<i>DOCE</i>	<i>Diario Oficial de la Comunidad Económica Europea.</i>
<i>DOUE</i>	<i>Diario Oficial de la Unión Europea.</i>
DTM	Documento de Transporte Multimodal.
E. de M.	Exposición de Motivos.
EBE	Estatutos del Banco de España.
EC	Estudios sobre Consumo.
ed.	edición.
Ed.	Editorial.
EDJ	Estudios de Derecho Judicial.
EIRL	Empresario Individual de Responsabilidad Limitada.
Est.	Estudios.
FGD	Fondo de Garantía de Depósitos.
For. Gall.	Foro Gallego.
<i>GJCEC</i>	<i>Gaceta Jurídica de la CE y de la Competencia.</i>
<i>GN</i>	<i>Gaceta de los Negocios.</i>
<i>HM</i>	<i>La Hoja Mercantil.</i>