

PLATAFORMAS DIGITALES Y CONTRATACIÓN
ELECTRÓNICA: CONFLICTOS DERIVADOS Y MÉTODOS DE
RESOLUCIÓN

*DIGITAL PLATFORMS AND E-PROCUREMENT: DISPUTES AND
METHODS OF RESOLUTION*

Actualidad Jurídica Iberoamericana N° 16, febrero 2022, ISSN: 2386-4567, pp. 1466-1491



Almudena
GALLARDO
RODRÍGUEZ

ARTÍCULO RECIBIDO: 15 de noviembre de 2021

ARTÍCULO APROBADO: 10 de enero de 2022

RESUMEN: El presente artículo parte de la noción de economía colaborativa en el marco del comercio electrónico; un concepto difuso que se entrelaza con otros como el de economía de plataformas y que al mismo tiempo cuenta con ciertas variantes como la de consumo colaborativo. En este entorno confuso, analizamos los sujetos implicados que participan en las formas de contratar electrónicamente dentro de dicha economía de plataformas, planteando los tipos de relaciones contractuales que existen entre ellos para posteriormente centrarnos en las formas de solucionar los conflictos que deriven de dicha situación. En este punto, prestamos especial atención a las posibilidades de aplicar distintos mecanismos extrajudiciales electrónicos, ODR. Este análisis partirá de la regulación dada a nivel europeo y su posterior reflejo en la legislación española.

PALABRAS CLAVE: Comercio electrónico, contratación electrónica, plataformas, colaborativo, ODR, mediación.

ABSTRACT: *This article is based on the notion of the collaborative economy within the framework of e-commerce; a diffuse concept that is intertwined with others such as the platform economy and at the same time has certain variants such as collaborative consumption. Within this entangled environment, we analyse the parties involved in the forms of electronic contracting within this platform economy, considering the types of contractual relationships that exist between them and then focusing on the ways of resolving the conflicts that arise from this situation. At this point, we pay special attention to the possibilities of applying different electronic extrajudicial mechanisms, ODR. This analysis will be based on the regulation given at European level and its subsequent reflection in Spanish legislation.*

KEY WORDS: *E-commerce, e-recruitment, platforms, collaborative, ODR, mediation.*

SUMARIO.- I. DE LA ECONOMÍA COLABORATIVA AL CONSUMO COLABORATIVO; II. CONTRATACIÓN ELECTRÓNICA Y ECONOMÍA COLABORATIVA: SUJETOS IMPLICADOS Y TIPOS DE CONTRATOS. 2.1. Sujetos implicados. 2.2. Tipos de contratos. A) Contrato de mediación o corretaje. B) El contrato de acceso. C) Distintos contratos entre particulares en función del servicio contratado. III. CONFLICTOS DERIVADOS DE LA CONTRATACIÓN ELECTRÓNICA Y MECANISMOS DE SOLUCIÓN. IV. REFLEXIONES FINALES.

I. DE LA ECONOMÍA COLABORATIVA AL CONSUMO COLABORATIVO

La pandemia del Covid-19 ha servido para cambiar nuestra forma de ser, de ver la vida, afectando del mismo modo a nuestros hábitos diarios de consumo. En este sentido, la crisis económica vinculada a la crisis sanitaria que padecemos ha hecho que los ingresos de muchas familias disminuyan, buscando otras opciones que permitan ahorrar costes y mirando hacia un desarrollo sostenible, en el que el reciclado o la reutilización son soluciones cada vez más habituales. Todo ello unido a la potenciación en el uso de tecnología durante un periodo de tiempo en el que hemos estado confinados, ha hecho que la utilización de diferentes aplicaciones se haya convertido en algo habitual.

Estas cuestiones unidas entre sí han dado lugar a un crecimiento exponencial del comercio electrónico en general, y del consumo colaborativo en particular. Muchas personas se valen de determinadas plataformas para ofrecer sus servicios, compartir bienes o servicios y fomentar la sostenibilidad a través de precios más económicos.

Por todo ello, la economía y el consumo colaborativo a través de las plataformas digitales se encuentra en auge, lo que nos lleva a plantearnos escenarios nuevos que deben ser abordados a nivel jurídico y desde otras disciplinas, situándonos ante una temática multidisciplinar. Es necesario comenzar conceptualizando este nuevo escenario en el que se desarrollan diferentes tipos de contrataciones dentro del comercio electrónico.

Así, debemos plantearnos a qué nos referimos exactamente con, “economía colaborativa” y “consumo colaborativo”, términos que hoy en día se encuentran interrelacionados.

Respecto al primero de ellos, economía colaborativa, nos encontramos ante un nuevo modelo económico que se refleja claramente en el mercado digital.

• **Almudena Gallardo Rodríguez**

Doctora en Derecho.

Profesora asociada de Derecho Civil de la Universidad de Salamanca

algaro@usal.es

Para poder conceptualizarlo debemos acudir a la Comisión Europea a su informe “Una Agenda Europea para la economía colaborativa” del año 2016, donde indica que se refiere a: “modelos de negocio en los que se facilitan actividades mediante plataformas colaborativas que crean un mercado abierto para el uso temporal de mercancías o servicios ofrecidos a menudo por particulares. La economía colaborativa implica a tres categorías de agentes: i) prestadores de servicios que comparten activos, recursos, tiempo y/o competencias —pueden ser particulares que ofrecen servicios de manera ocasional («pares») o prestadores de servicios que actúen a título profesional («prestadores de servicios profesionales»); ii) usuarios de dichos servicios; y iii) intermediarios que —a través de una plataforma en línea— conectan a los prestadores con los usuarios y facilitan las transacciones entre ellos («plataformas colaborativas»). Por lo general, las transacciones de la economía colaborativa no implican un cambio de propiedad y pueden realizarse con o sin ánimo de lucro”¹.

En cuanto al concepto, el Comité Económico y Social Europeo, CESE, en un dictamen exploratorio aprobado en mayo de 2016, no ofrece un concepto de lo que debe entenderse por economía colaborativa, pero sí plantea las siguientes características²:

- Uso o utilización compartido de bienes: “esta práctica no conduce a la propiedad de bienes ni a su copropiedad, sino a un uso o utilización compartidos”.
- La existencia de una plataforma digital para realizar la actividad de intermediación: “la intermediación de una plataforma que pone en contacto, en particular por medios electrónicos, a una pluralidad de predisponentes de bienes o servicios y una pluralidad de usuarios”.
- Reutilización de bienes y servicios: “el objetivo común de aprovechar mejor los bienes y servicios de que se trate mediante su uso compartido”.
- Partes que intervienen en la actividad: “el hecho de que las partes finales en estos negocios de estructura triangular compleja sean primordialmente «pares» (P2P) y nunca relaciones contractuales (B2C)”. Aquí realmente estaríamos hablando de un tipo de economía colaborativa pura.

1 COMUNICACIÓN DE LA COMISIÓN EUROPEA “Una Agenda Europea para la economía colaborativa” Bruselas, 2.6.2016 COM (2016) 356 final. Vid. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX%3A52016DC0356> (Fecha de consulta: 20 de octubre de 2021).

2 DICTAMEN DEL COMITÉ ECONÓMICO Y SOCIAL EUROPEO sobre el tema “La economía colaborativa y la autorregulación” (Dictamen exploratorio). (2016/C 303/05). 18-08-2016. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX%3A52016AE0933> (Fecha de consulta: 20 de octubre de 2021).

Con todo ello, se puede ver como dentro de los modelos de economía colaborativa, pueden existir a su vez diversos subtipos, entre los cuales se encontrarían aquellos que hacen referencia al consumo colaborativo. Respecto a esta cuestión, según el propio CESE, el consumo colaborativo no sería ninguna idea nueva, “sino más bien el rescate de una práctica que se beneficia de la tecnología actual para que el servicio sea mucho más eficiente y escalable”³. Autores como JARNE MUÑOZ indican que la economía colaborativa “implica una vuelta al pasado, a los modos originarios de satisfacción de necesidades humanas (...) se considera frecuentemente que el trueque se esconde detrás del origen del movimiento colaborativo”⁴. Esta cuestión es fundamental para entender esta realidad en una sociedad tecnológica, donde nos encontramos interconectados, con un ancho de banda eficaz y ante individuos que cada vez se relacionan menos con la palabra pero más a golpe de *click* o de *like*. Una nueva generación en la que también ha impactado una crisis económica y con una juventud que no aspira a tener una estabilidad concreta a nivel laboral que le permita ser propietario de bienes con alto coste, con lo que la ayuda entre iguales es algo que se valora enormemente como forma de ahorrar gastos, revender lo utilizado o compartir bienes comunes entre diversas personas. Si a este sentimiento le unimos las posibilidades ofrecidas por las plataformas digitales nos encontramos con una nueva forma de consumo que busca racionalizar nuestros recursos sin necesidad de ser propietarios de grandes bienes y mirando de forma concreta a nuestros ingresos. Las plataformas digitales se suman a la ecuación como una especie de intermediaria o facilitadora de los servicios entre particulares, desplazando así el concepto clásico de empresa.

Podemos decir así que nos encontramos ante dos conceptos o realidades que se interrelacionan entre sí y que hoy en día no cuentan ni con una diferenciación o disociación clara, ni tampoco con un concepto global comúnmente aceptado por la doctrina especializada, pues su definición y concreción están unidas a dos realidades cambiantes: la tecnología y los hábitos de consumo.

II. CONTRATACIÓN ELECTRÓNICA Y ECONOMÍA COLABORATIVA: SUJETOS IMPLICADOS Y TIPOS DE CONTRATOS

Para examinar las diferentes relaciones de contratación que se producen en la economía colaborativa debemos de partir de cuáles son los sujetos implicados y cuál es la relación entre ellos. Concretamente nos encontramos con tres sujetos: la plataforma digital, el sujeto oferente de servicios y el consumidor final. Una vez

3 DICTAMEN DEL COMITÉ ECONÓMICO Y SOCIAL EUROPEO sobre “Consumo colaborativo o participativo: un modelo de sostenibilidad para el siglo XXI”. Vid. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:52013IE2788&from=ES> (Fecha de consulta: 20 de octubre de 2021).

4 JARNE MUÑOZ, P., *Economía colaborativa y plataformas digitales*, Reus, 2019, p. 18.

conceptualicemos cada uno de ellos, desgranaremos las distintas interacciones que se dan entre ellos y que derivarán posteriormente en distintas formas de contratos.

I. Sujetos implicados

A) *Plataforma digital.*

Ofrecer un concepto de plataforma no es una cuestión fácil, como indica ÁLVAREZ MORENO “el primero de los problemas que plantean las plataformas, vienen dado por su definición”. En este sentido, como bien señala la autora, en el “Informe sobre las plataformas en línea y mercado único digital (2016/2276[INI]) de la Comisión de Industria, Investigación y Energía y de la Comisión de Mercado Interior y Protección del Consumidor”, no llegaron a un consenso “sobre lo que debe entenderse por plataforma digital intermediaria debido a la diversidad de sus estructuras, actividades que desarrollan o tamaño de las mismas”⁵.

Por parte de la doctrina se han ofrecido diversos conceptos, entre los que destacamos, el ofrecido por la citada autora: “las plataformas electrónicas son prestadores de servicios de la información que realizan una intermediación (configurado jurídicamente como una mediación atípica) mediante la cual ponen a disposición de las futuras partes contratantes el canal adecuado y los medios técnicos e informáticos necesarios, para que pueda concluirse el contrato relativo al bien o servicio que interesa, y que pueden incluir el ofrecimiento por parte de la plataforma de prestar otra serie de servicios adicionales o complementarios, por sí misma o a través de terceros”. Por otra parte, RODRÍGUEZ MARTÍNEZ se refiere a las plataformas de economía colaborativas como “empresas que tienen por objeto la organización y gestión de portales de contratación a través de páginas web u otros medios electrónicos. Se trata, por tanto, de empresas que organizan sistemas que operan por internet y, en ocasiones, prestan servicios complementarios a aquel como actividad principal de su objeto social. En otros términos, aunque similares, las plataformas de economía colaborativa o *marketplaces* han sido definidas como un tipo de plataformas electrónicas, intermediarios electrónicos de computación de datos y en la nube y la economía colaborativa” y añade que “en todas las plataformas de economía colaborativa se aprecia su capacidad para `posibilitar interacciones entre dos o más grupos de usuarios diferentes, pero interdependientes, con el fin de generar valor para al menos uno de los grupos’, apuntando además al recurso a Internet como canalizador de dicha capacidad”⁶. Podemos decir así, que las opiniones en la doctrina no son idénticas, y que cada

5 ALVAREZ MORENO, M^a T., *La contratación electrónica mediante plataformas en línea: modelo negocial (B2C), régimen jurídico y protección de los contratantes (proveedores y consumidores*, Reus, Madrid, 2021. pp.20-21

6 RODRÍGUEZ MARTÍNEZ, I “El servicio de mediación electrónica y las plataformas de economía colaborativa”, *RDM*, Núm. 305, 2017, julio-septiembre. BIB 2017/13013, p.8.

autor proporciona matices nuevos en un concepto que aún presenta múltiples interrogantes y que está abierto a nuevas interpretaciones.

Las plataformas digitales se caracterizan por servir de canal o intermediario en la contratación electrónica entre los restantes sujetos, puesto que ponen en contacto a diversas personas para actividades de diversa índole.

Lo que diferencia a las plataformas de economía colaborativa “pura” de otras es la actividad que desarrollan. En este caso, la función de la plataforma en la economía colaborativa es la de intermediación entre las dos partes, pero de una manera pasiva, puesto que únicamente se dedica a conectar, pero no a tomar partido por ninguna de ellas ni ofrecer un servicio por el que se lucre de manera adicional⁷. Únicamente pone a disposición de todos los sujetos que quieran utilizarlo, un canal por el que varias partes conectan entre sí, con el fin de que una parte oferte un servicio y la otra lo consuma, así vemos una clara conexión entre dos personas físicas, un oferente y un consumidor del servicio que ofrece el primero de ellos.

En definitiva, la plataforma dentro de esta categoría, no se podría considerar como prestadora de un servicio subyacente, sino que únicamente se limita a conectar a dos sujetos. Cuestión distinta es la función de las plataformas dentro de la economía colaborativa, pero al margen de las situaciones de lo considerado como “consumo colaborativo”; las plataformas sí pueden ofrecer un servicio subyacente en otros casos. Así ya lo indicó la Comisión Europea en la Comunicación sobre “una Agenda Europea para la Economía Colaborativa”, en el que señaló: “proporcionan un «servicio prestado normalmente a cambio de una remuneración, a distancia, por vía electrónica y a petición individual de un prestatario de servicios», ofrecen un servicio de la sociedad de la información”. En este segundo caso estaríamos hablando de que la plataforma guarda una relación contractual con el oferente del servicio, por lo que se configura una relación B2C; dicho usuario se publicita en la plataforma y a su vez dicho usuario ofrece el servicio subyacente al consumidor final.

En definitiva, tenemos diferentes escenarios, en función de que nos movamos en una plataforma electrónica vinculada a consumo colaborativo puro a otro tipo de escenario de economía colaborativa. En definitiva, tendremos que analizar caso por caso si la plataforma presta o no un servicio subyacente. Para ello, la Comunicación de la Comisión Europea “Una Agenda Europea para la economía colaborativa”, establece que la plataforma sí prestaría el servicio subyacente si la misma fijase el precio final que debe pagar el usuario como beneficiario, estableciera términos y condiciones distintos del precio que determinan la

7 JARNE MUÑOZ, P., *Economía colaborativa...*, cit., p. 88 y ss.

relación contractual entre la misma o en el caso de que el oferente o la plataforma contasen con activos claves para prestar el servicio subyacente⁸. Así, tendremos que analizar situación a situación, plataforma a plataforma, y en definitiva, caso por caso, ante qué tipología nos encontramos, pues no podemos ofrecer una respuesta clara e inequívoca debido a la heterogeneidad de características que acabamos de plantear.

B) Sujeto oferente.

Atendiendo al concepto de “economía colaborativa” que ofreció la Comisión Europea en su informe “Una Agenda Europea para la economía colaborativa”, entre los agentes se encuentran: “prestadores de servicios”, que se refiere a los que “comparten activos, recursos, tiempo y/o competencias”. Estos prestadores pueden ser: “particulares que ofrecen servicios de manera ocasional («pares»);” o “prestadores de servicios que actúen a título profesional («prestadores de servicios profesionales»)”.

Por tanto, la Comisión Europea ofrece un concepto más amplio de economía colaborativa, en el cual los oferentes de bienes o servicios pueden ser tanto particulares como profesionales⁹.

En la economía colaborativa “pura” el oferente de los bienes o servicios se acotaría a un particular; lo que genera una relación entre iguales. Ejemplo de plataformas entre particulares, BlaBlaCar, considerado el claro ejemplo de la economía colaborativa, plataforma que pone en contacto a particulares, en el cual un particular que va a realizar un viaje pone a disposición los asientos vacíos de su coche para que puedan ocuparlos otro/s particular/es que vayan a realizar

8 COMUNICACIÓN DE LA COMISIÓN EUROPEA AL PARLAMENTO, AL CONSEJO, AL CESE Y AL COMITÉ DE REGIONES “Una Agenda Europea para la economía colaborativa”, COM/2016/0356 final; “Normalmente, deberá establecerse caso por caso si una plataforma colaborativa ofrece también el servicio subyacente. Varios elementos de hecho y de Derecho desempeñan un papel a este respecto. El nivel de control o influencia que la plataforma colaborativa ejerce sobre el prestador de dichos servicios tendrá por lo general una importancia significativa. En particular, puede establecerse a la luz de los siguientes criterios clave: Precio: ¿fija la plataforma colaborativa el precio final que debe pagar el usuario como beneficiario del servicio subyacente? El hecho de que la plataforma colaborativa solo recomiende un precio o de que el prestador de los servicios subyacentes sea libre de adaptar el precio fijado por una plataforma colaborativa, indica que puede que no se cumpla este criterio. Otras condiciones contractuales clave: ¿establece la plataforma colaborativa términos y condiciones distintos del precio que determinan la relación contractual entre el prestador de los servicios subyacentes y el usuario (por ejemplo, instrucciones obligatorias sobre la prestación del servicio subyacente, incluida cualquier obligación de prestar el servicio)? Propiedad de activos clave: ¿posee la plataforma activos clave para prestar el servicio subyacente? Cuando se cumplen estos tres criterios, hay indicios claros de que la plataforma colaborativa ejerce una influencia o control significativos sobre el prestador del servicio subyacente, lo que puede indicar a su vez que debe considerarse que presta también el servicio subyacente (además de la sociedad de la información)”. Vid. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX%3A52016DC0356#footnote24> (Fecha de consulta: 25 de octubre de 2021).

9 CUENCA CASAS, M., “La contratación a través de plataformas intermediarias en línea”, *Cuadernos de Derecho Transnacional*, (Octubre 2020), Vol. 12. N° 2, pp. 283-348. ISSN 1989-4570, <https://e-revistas.uc3m.es/index.php/CDT/article/view/5612>, p. 290.

el mismo trayecto, se trata de trayecto de larga distancia¹⁰. Un concepto más amplio de economía colaborativa engloba como oferente de bienes o servicios a un profesional, por lo que no estaríamos hablando de “economía colaborativa pura”, pero sí de otros modelos de este tipo de economía colaborativa más amplios, como el modelo de “economía bajo demanda”¹¹, tal y como indica CUENA CASAS. Por ejemplo, Glovo, una plataforma que ofrece un servicio de entregas a domicilio, como comida, regalos, etc.¹². En este último supuesto, parte de la doctrina especializada habla de la figura del “prosumidor”, entendiendo que una misma persona unas veces presta el bien o servicio, y en otras se beneficia del mismo, por lo que en algunas ocasiones adoptaría el rol de proveedor y en otras de consumidor¹³.

C) Usuario consumidor.

El usuario consumidor es la persona que hace uso de los bienes o servicios que se comercializa a través de las plataformas digitales. Con relación al usuario o consumidor hay que señalar que estamos ante un consumidor digital, y ¿qué se entiende por consumidor digital?

El concepto de consumidor ha sufrido una gran evolución en las últimas décadas, pasando a hablar no solo de consumidor físico sino también de consumidor digital debido al gran impulso que Internet ha supuesto en la realización de actividades vinculadas al consumo.

A pesar de que a nivel social se asume esta nueva situación de manera natural, en el plano legal el reconocimiento no es expreso 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 (LGDCU)¹⁴, puesto que se aluden referencias globales que

10 Acerca del Carpooling, destaca un amplio estudio de ESTACONA PÉREZ; Vid. ESTACONA PÉREZ, A. A. ‘CARPOOLING’: C2C en el transporte de personas”, *Revista Aranzadi de derecho y nuevas tecnologías*, ISSN 1696-0351, N.º. 37, 2015, pp. 161 y ss.

11 CUENA CASAS, M., “La contratación a través de plataformas...”, *cit.*, p. 290. Como bien señala la autora, “(...) el mismo esquema tiene lugar en la denominada “economía bajo demanda” que también se suele englobar en el concepto de economía colaborativa en un sentido más amplio que es el que parece adoptar la Comisión Europea” en el informe “Una Agenda Europea para la economía colaborativa”; e indica que la plataforma en estos casos no realiza el servicio subyacente: “la clave diferenciadora sería pues el papel de intermediario material que como prestador de servicios de la sociedad de la información desempeña la plataforma, no llevando a cabo la actividad subyacente. Lo relevante no sería tanto el hecho objetivo de que se comparta un recurso, sino más bien la horizontalidad de la relación entre proveedor y usuario del bien o servicio. Coincido pues con aquellos que incluyen bajo el paraguas del concepto de economía colaborativa también los casos englobados bajo el concepto de economía bajo demanda”.

12 SHARING ESPAÑA “Los modelos colaborativos y bajo demanda en plataformas digitales”. https://biblio.ontsi.red.es:8080/intranet-tmpl/prog/img/local_repository/koha_upload/plataformas-colaborativas.pdf

13 Puede ampliarse sobre la figura del prosumidor en JARNE MUÑOZ, P., *Economía colaborativa...cit.*, p. 96 y ss.

14 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. <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2007-20555>

deben ser interpretadas de manera analógica para dar cabida a esta nueva conceptualización. Debemos resaltar que sí se han dado pasos de forma progresiva para ampliar el concepto de consumidor e incluir nuevas realidades vinculadas al plano telemático, pero solo a nivel autonómico, con la mención concreta de la Ley 6/2019, de 26 de febrero, del Estatuto de Consumidores de Extremadura, donde se habla de “persona consumidora” como destinataria final de bienes y servicios fabricados, distribuidos o simplemente comercializados a través de un medio electrónico o telemático¹⁵. Si bien el legislador nacional si se ha centrado en matizar algunas cuestiones vinculadas al consumidor, como es la última concepción de consumidor vulnerable en el 2021, no cuenta con una definición concreta en la LGDCU.

Al margen de esta ley, si vemos cómo esta noción se conecta con normativa tanto nacional como europea relacionada con el comercio electrónico, puesto que la Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico (LSSICE) si hace referencia a la persona que consume dentro de este escenario. Si bien, hemos podido observar que el concepto de comercio electrónico ha sufrido modificaciones en la última década, refiriéndose no solo a los actos de compraventa en Internet, y aglutinando muchas más acciones indirectas que hacen referencia a los periodos preventa y postventa. A su vez, mediante la potenciación de las plataformas digitales como servicios de intermediación, unido a la realidad múltiple vinculada a la economía y al consumo colaborativo, nos lleva a una nueva figura que podría dar lugar a una conceptualización nueva y expresa del “consumidor digital”, o incluso al reconocimiento legal de la figura del “prosumidor”.

Todo apunta a que en el año 2022, a través de las futuras Leyes de Servicios Digitales y de Mercados Digitales¹⁶ el concepto que aquí hemos ofrecido podrá tener un reconocimiento legal expreso a nivel europeo.

2. Tipos de Contratos

Una vez estudiados los sujetos, debemos plantearnos las relaciones que surgen entre esta especie de relación triangular, en el que van a existir tres tipos de relaciones, y cada una de ellas dará lugar a un tipo de contratación diferente, con sus propias características y particularidades.

De este modo, diferenciaremos tres tipos de relaciones, por un lado las que se producen entre la plataforma y el suministrador del servicio (B2C), en segundo

15 Ley 6/2019, de 26 de febrero, del Estatuto de Consumidores de Extremadura. <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2019-3492>

16 <https://www.europarl.europa.eu/news/es/headlines/society/20211209STO19124/la-ley-de-mercados-digitales-y-la-ley-de-servicios-digitales-explicadas>.

lugar aquellas que existen entre el consumidor digital y la plataforma (B2C), y por último, la relación puramente colaborativa producida entre el oferente y el usuario destinatario (C2C). Las mismas darán lugar de manera correlativa a tres tipos de contratos: de mediación o corretaje, de acceso y distintos contratos entre particulares en función del servicio contratado.

Debemos apuntar además que serán únicamente esas últimas relaciones las que se consideran realmente de economía colaborativa pura o en sentido estricto, haciendo que el resto de relaciones tengan que ver también con tipos de economía de plataformas pero sin llegar a atender a una noción estricta de consumo colaborativo. A continuación, vamos a hacer referencia a, dentro de la gran amplitud de contratos existentes, a aquellos que nos parecen más comunes dentro de las relaciones que hemos apuntados, puesto que la forma de entender la contratación en este punto pudiera ser más amplia en función de la diversidad y la multifuncionalidad que ofrecen las plataformas¹⁷.

A) Contrato de mediación o corretaje¹⁸.

Tal y como hemos apuntado anteriormente las plataformas digitales parten del ofrecimiento de una serie de servicios de intermediación¹⁹, pero solo en los casos de las plataformas colaborativas puras actuarían como meros intermediarios, sin ofrecer servicio subyacente.

En el caso concreto que aquí analizamos nos situamos fuera de esa situación, puesto que en estos casos la relación se produce entre una plataforma electrónica y un particular que contacta con ella para poder ofrecer un servicio a un tercero particular.

El servicio electrónico de la plataforma con los dos usuarios consiste en poner a disposición de los distintos usuarios oferentes y destinatarios todo un sistema electrónico pero la relación contractual que surge con cada uno de ellos es dispar; así, en el caso del oferente del servicio, la relación con la plataforma se basa en la prestación de un servicio por parte de la misma hacia este usuario profesional.

17 ALVAREZ MORENO, M^a T., *La contratación electrónica mediante plataformas...*, cit., p. 52.

18 Vid. ALVAREZ MORENO, M^a T., *La contratación electrónica mediante plataformas...*, cit., pp. 53 y ss.; CUENCA CASAS, M., "La contratación a través de plataformas...", cit., pp. 329 y ss.; RODRIGUEZ MARTINEZ, I "El servicio de mediación electrónica.", cit., pp. 15 y ss MONTERO PASCUAL, J.J., "El régimen jurídico de las plataformas colaborativas" en *El régimen jurídico de las plataformas colaborativas. La regulación de la economía colaborativa. Airbnb, BlaBlaCar, Uber y otras plataformas*, Juan José. Montero Pascual (Dir.), Tirant lo Blanch, 2016, p. 97. En la doctrina han trabajado sobre este tipo de contrato, entre otros, BLANCO CARRASCO, M., "El contrato de corretaje", *Revista de derecho Privado*, ISSN 0034-7922, Año n° 89, Mes 2, 2005, pp. 3 y ss.; GÁZQUEZ SERRANO, L., *El contrato de mediación o corretaje*, ed. La Ley, Madrid, 2007; VILLA VEGA, E., "Contrato de corretaje o mediación", en *Contratos mercantiles*, Alberto Bercovitz-Cano (dir.), María Ángeles Calzada Conde (dir.), Vol. I, Tomo I, 2007, pp. 455-507; MACANÁS VIENTE, G., *El contrato de mediación o de corretaje (carencias y posibilidades)*, Las Rozas, Madrid, Wolters Kluwer, 2015.

19 Parte de la doctrina incluso hablan de un contrato de intermediación, como una subespecie del contrato de corretaje para las relaciones B2C. Vid. ESTANCONA PÉREZ, A. A. "Carpooling C2C...", cit., p.32.

En este sentido, el objeto del contrato se basa en un servicio de intermediación, consistente en que la plataforma presta un servicio de intermediación en línea. Así, el portal web permite al oferente publicitarse en la misma ofrecer sus servicios y que así sirvan de reclamo para que el usuario consumidor localice el servicio y le contacte.

En tal sentido, la intermediación se basa en poner dicho sistema electrónico, como canal de contacto y de publicidad para terceros. Es por ello que la plataforma se convierte en una especie de nexo o canal de contratación entre partes e intermedia en la celebración de un determinado contrato entre partes; pero a su vez, existe un contrato de mediación entre la plataforma y el oferente, dicho contrato se puede conceptualizar del siguiente modo: "contrato por el que una parte (mediador) se compromete a indicar a la otra (comitente) la oportunidad de celebrar un negocio jurídico con un tercero o servirle de intermediario a cambio de la retribución pactada"²⁰.

Es por ello que a través de este concepto queda claramente reflejado como la plataforma intermedia pero a la vez ofrece un servicio concreto al oferente, de ello derivará una relación contractual puesto que el usuario profesional deberá proporcionar una cantidad económica determinada por usar los servicios de la plataforma, y de ahí derivará la onerosidad propia para la plataforma y el beneficio para el oferente, lo que explica y justifica de forma inequívoca la relación contractual.

B) *El contrato de acceso*²¹.

Por otro lado, la plataforma también ofrece una serie de servicios de intermediación al usuario consumidor, a través del acceso a sus servicios, la visualización de las ofertas a través de búsquedas y su posterior conexión con el oferente.

Cuando instalas una APP o accedes a una web en la que se solicita registro, es común que los usuarios consumidores tengan que aceptar unos términos y condiciones para poder formalizar y finalizar con éxito la instalación de la aplicación y proceder a su uso.

20 ALVAREZ MORENO, M^a T., *La contratación electrónica mediante plataformas...*, cit., p. 54. STS de 13 de octubre de 2011 (RJ 2011/7405).

21 Vid. ÁLVAREZ MORENO, M^a T., *La contratación electrónica mediante plataformas...*, cit., pp.141 y ss; CUENCA CASAS, M., "La contratación a través de plataformas...", cit., p.328 y ss; RODRÍGUEZ DE LAS HERAS BALLELL, T., "El régimen jurídico de los mercados electrónicos cerrados (e-Marketplaces)", Marcial Pons, 2006, p. 466. RODRÍGUEZ DE LAS HERAS BALLELL, T., "La contratación en plataformas electrónicas en el mercado de la estrategia para un mercado único digital en la Unión Europea", en *El mercado digital en la Unión Europea*,(coord.) Alicia María Pastor García, Isabel Martens Jiménez; Paula Castaños Castro (dir.), José Antonio Castillo Parrilla (dir.), Agustín Madrid Parra (aut.), 2019, pp.. 110 y ss.

En muchas ocasiones, una gran parte de los usuarios no llegan a leer detalladamente estos escritos, debido a que lo consideran un mero trámite y su finalidad particular es el uso de la plataforma como medio prácticamente obligatorio para usar los servicios y proceder a la contratación de un determinado servicio.

En definitiva, muchas veces los usuarios no son conscientes de lo que están aceptado y tampoco consideran que lo que realmente están haciendo es formalizar un contrato denominado “contrato de acceso”. El mismo se puede conceptualizar como aquel contrato “que permite al usuario registrarse y navegar a través la página web aplicación o interfaz en línea y en definitiva para conseguir conocer los contenidos que le interesan dentro de esta o poder interactuar en el seno de dicha página o aplicación. se trata de un contrato típico conocido como el *click agreement*”.

Es por ello que nos encontraríamos ante un contrato de aceptación expresa a través del *click*. En otras ocasiones, existen también páginas webs o servicios que nos piden aceptar *cookies* pero no de forma obligatoria, cuestión que a veces aceptamos y otras no, pero en cualquiera de los dos casos, seguimos visualizando el contenido de la página. Es en este último caso en el que también podríamos estar ante una especie de contrato tácito, cuestión que ha sido debatida y criticada por parte de distintos sectores doctrinales, quienes incluso niegan propiamente la existencia de un contrato ante esta situación.

Una vez planteadas las características particulares de este contrato, podríamos llegar a plantearnos cuál sería la onerosidad del mismo, o de otro modo, qué ganaría la plataforma a través del comportamiento del usuario o de la aceptación de términos y condiciones por parte del mismo. La respuesta dentro de la contratación electrónica aquí es clara: datos. Nuestros datos se configuran como un potencial intangible y para las empresas adquieren valor económico ya que pueden usarlos para saber qué nos gusta, qué precio estaríamos dispuestos a pagar y qué preferencias tenemos para poder seguir haciendo negocio con nosotros en un futuro. De este modo el suministro de datos que el usuario otorga a la empresa a través de ese *click* constituirá de manera inequívoca la contraprestación que el consumidor le otorgaría a la plataforma por usar sus servicios.

C) Distintos contratos entre particulares en función del servicio contratado.

Nos encontramos ante la relación de economía colaborativa o consumo colaborativo puro, en el que las dos partes usan una plataforma como intermediaria y en la que esta última no es parte del contrato. Así, en estos casos las plataformas de economía colaborativa se califican como “puras” pues no ofrecen servicio subyacente alguno, no hay contratación ni tampoco existe una onerosidad de la

misma. Nos encontramos ante un canal que no cobra ni a al oferente ni al usuario consumidor y que les sirve para conocerse, ponerse de acuerdo y que ellos mismos establezcan condiciones y precio. Hablamos así por tanto de un contrato de consumo en sentido amplio, cuya nomenclatura concreta tendrá relación con la naturaleza jurídica del servicio que se trata de ofertar y adquirir. Estamos así ante una contratación entre particulares.

Dichas relaciones se remitirán por un lado a las condiciones generales de contratación, y por otro, a las particularidades propias de distintos contratos regulados en el CC, puesto que al no haber en sentido estricto un profesional, no debiera aplicarse de manera estricta la normativa de tutela de consumidores, tal y como señala ÁLVAREZ MORENO²². Si contextualizamos con ejemplos de plataformas de economía española actuales, podríamos indicar que si usamos BlaBlaCar el contrato que se celebrará entre los dos particulares sería de transporte, si lo que utilizamos es Wallapop nos encontraríamos ante un contrato de compraventa, o si por ejemplo la plataforma que manejamos es Airbnb estaríamos ante un contrato de arrendamiento.

Con independencia del contrato que analicemos, debemos tener una cuestión clara: de todos ellos pueden surgir disputas en razón de un incumplimiento de alguna de las cláusulas o condiciones del mismo. En este sentido, nuestra intención es detenernos en la forma de solucionarlos a través de distintos medios extrajudiciales de naturaleza electrónica.

III. CONFLICTOS DERIVADOS DE LA CONTRATACIÓN ELECTRÓNICA Y MECANISMOS DE SOLUCIÓN

En el marco de la contratación electrónica y el consumo colaborativo pueden surgir diversos conflictos que deben ser resueltos por diferentes vías, judiciales o extrajudiciales, para satisfacer los intereses de consumidores, usuarios y empresarios. En este sentido, por los propios componentes transnacionales intrínsecos de la contratación electrónica, resulta conveniente incentivar el uso de vías alternativas a la jurisdicción ordinaria para resolver dichos asuntos, fomentando este tipo de soluciones a través de la utilización del arbitraje y la mediación.

A su vez, dentro de este tipo de medios extrajudiciales, resultaría idóneo fomentar su vertiente electrónica, por medio de los mecanismos ODR, *Online Disputes Resolutions*, en un tiempo marcado por la pandemia del Covid-19 donde las limitaciones geográficas y espaciales están plenamente conectadas con medidas sanitarias que buscan preservar la salud de los ciudadanos. Así, partiríamos de

22 ÁLVAREZ MORENO, M^a T., *La contratación electrónica mediante plataformas...*; cit., pp.157 y ss.

dos realidades: ADR y TICs, que al conjugarse crean una nueva posibilidad. Así, al igual que los avances tecnológicos llegan a la Administración de justicia, los procedimientos de resolución extrajudicial de conflictos también se ven obligados a estar impregnados por las TICs, configurando un medio más atractivo para agilizar los procedimientos, denominados globalmente ODR. Estas serían el resultado de combinar la eficiencia de los sistemas convencionales de ADR con las ventajas ofrecidas por los medios telemáticos de comunicación.

En este sentido, debemos hacer alusión a las principales medidas que el legislador español prevé afianzar para hacer frente a este tipo de conflictos en época pandémica. Concretamente, hacemos referencia al “Plan Justicia 2030”, un proyecto muy ambicioso para modernizar el sistema de justicia español y potenciar diversas fórmulas extrajudiciales que encajarían en el terreno de la contratación electrónica y el consumo colaborativo.

Concretamente, la web institucional del Plan indica que el mismo “es un plan de trabajo común a 10 años, desarrollado en cogobernanza, que impulsa el Estado de Derecho y el acceso a la Justicia como palancas de la transformación de país. Sólo incide en aquellos puntos que tienen mayor impacto en el sistema o que han quedado desfasados y ya son poco operativos. No se trata de introducir cambios en cada uno de los componentes del Servicio Público de Justicia, sino de generar transformaciones en puntos que tienen efecto sistémico en el ecosistema Justicia²³”.

En primer lugar, para hablar del Plan Justicia 2030, debemos partir de que la situación creada por el COVID-19 acelera el proceso de transformación en marcha de nuestro sistema judicial. Es decir, reformas que estaban dormidas o que no acababan de asentarse, se precipitan para dar solución a una serie de deficiencias que hemos podido detectar con la pandemia. Por ejemplo, a nivel de organización y administración judicial, gracias a las TICs el servicio de justicia no sufrió un apagón, puesto que con el primer estado de alarma hubo un tiempo en el que nuestra justicia se paralizó, al igual que el resto de servicios públicos. Ya en la desescalada, gracias a las TICs hemos podido comprobar que la transformación digital de la administración era una necesidad imperiosa. Así, por ejemplo, la celebración de juicios telemáticos de manera habitual era una realidad que veíamos lejana y que ha venido para quedarse.

De igual modo, había que pensar en una situación postpandémica en la que los asuntos derivados del Covid podrían llegar a saturar o a colapsar el sistema judicial. Así nos debíamos plantear si todo conflicto derivado del Covid es necesario

23 Vid. https://www.justicia2030.es/documents/107891/185900/Resumen_ejecutivo_castellano.pdf/af34c8cf-dfb4-8126-aff5-a7fc4f677545?t=1621325883176 (Fecha de consulta: 8 de noviembre de 2021).

que se sustente ante los tribunales, o podríamos pensar en medios alternativos o extrajudiciales para lograr una solución adecuada para los ciudadanos. En este sentido, durante el confinamiento a nivel mundial, los servicios de comercio electrónico a través de plataformas digitales han sido protagonistas. Al no poder desplazarnos, tener contacto social o hacer compras a nivel físico, hemos decidido trasladar nuestro día a día y nuestros hábitos al mundo digital.

Hemos normalizado utilizar APPS para pedir comida, que nos traigan los medicamentos a nuestra casa o que las compras de ropa u otros enseres sea mucho más habitual que antes de la pandemia provocada por el Covid-19. A más uso de estos medios, mayores son los conflictos que se van a producir. Por tanto, el servicio público de justicia debe plantear alternativas o medios adecuados para que el sistema pueda ser solvente y que todo el mundo tenga una respuesta judicial en un tiempo concreto, sin que se produzcan dilaciones indebidas ni un colapso del sistema y favoreciendo que los ciudadanos puedan reclamar sus pretensiones a distancia o a través de la Red, sin necesidad de desplazarse físicamente a la sede judicial.

El plan contiene 3 grandes bloques, con 3 programas aparejados cada uno. De entre estos 3 bloques, nos vamos a centrar en el segundo de ellos, en las medidas de eficiencia. Así, se busca la eficiencia a tres niveles:

Eficiencia Organizativa²⁴

Eficiencia Procesal²⁵

Eficiencia Digital²⁶

Dentro de estas tres, debemos detenernos en el programa de Eficiencia Procesal cuyo núcleo es la adaptación procesal a los cambios y la incorporación de los Medios Adecuados de Solución de Conflictos (MASC) a la Administración de Justicia.

24 El Anteproyecto de Ley de eficiencia procesal, también en tramitación, potencia los medios adecuados de solución de controversias (MASC), para aumentar la sostenibilidad, reducir la litigiosidad existente en los tribunales y promover la cohesión social. Puede consultarse en: <https://www.mjusticia.gob.es/es/AreaTematica/ActividadLegislativa/Documents/APL%20Eficiencia%20Procesal.pdf> (Fecha de consulta: 8 de noviembre de 2021).

25 El Anteproyecto de Ley de Eficiencia Organizativa del Servicio Público de la Justicia, aprobado el 20 de abril de 2021 en el Consejo de Ministros, contempla la creación de tres figuras fundamentales: los Tribunales de Instancia, la Oficina Judicial y las Oficinas de Justicia en el municipio. Vid. <https://www.mjusticia.gob.es/es/AreaTematica/ActividadLegislativa/Documents/APLO.pdf> (Fecha de consulta: 8 de noviembre de 2021).

26 El Anteproyecto de Ley de Eficiencia Digital del Servicio Público de Justicia, aprobado en octubre de 2021, tiene como objetivo establecer un marco jurídico que facilite y promueva la digitalización, regulando los servicios digitales accesibles a la ciudadanía, reforzando la seguridad jurídica en el ámbito digital y orientando al dato los sistemas de justicia. Vid. <https://www.mjusticia.gob.es/es/AreaTematica/ActividadLegislativa/Documents/APL%20Eficiencia%20Procesal.pdf> (Fecha de consulta: 8 de noviembre de 2021).

¿A qué nos referimos con MASC- Medios Adecuados de Solución de Conflictos? “Se entiende por medio adecuado de solución de controversias *cualquier tipo de actividad negocial a la que las partes de un conflicto acuden de buena fe con el objeto de encontrar una solución extrajudicial al mismo, ya sea por sí mismas o con la intervención de un tercero neutral*²⁷”. Es decir, estaríamos hablando de métodos autocompositivos como la mediación, en la que las partes buscan una solución no adversarial al conflicto.

Estos medios se impulsan a través del Anteproyecto de Ley de Medidas de Eficiencia Procesal del Servicio Público de Justicia, ya disponible en la Red. En él, tal y como indica BUENO DE MATA²⁸, se promueven así los Medios Adecuados de Solución de Controversias (MASC) como un elemento de cohesión social, estableciendo una estructura de incentivos más efectiva, con incidencia sobre la rebaja en las costas procesales si se acude de manera previa, y estableciendo acudir a los MASC como “requisito de procedibilidad”, con ello dejaría de regir el principio de voluntariedad y pasaría a ser sistemas prejudiciales obligatorios. Es decir, se debería acreditar haber acudido previamente a cualquiera de estos medios para poder ir al proceso, siempre que el MASC no se haya llegado a un acuerdo. Además la tipología de los MASC es muy amplia, no se queda solo en la mediación o la conciliación sino que se abre a otros medios. Así, tal y como indica el autor, ello supone un cambio radical a nuestro sistema procesal civil, y que por tanto pueden afectar directamente a los conflictos derivados del comercio electrónico.

Unido a lo anterior el plan también incide en fomentar la solución de controversias en línea, ODR, para disponer de un acceso sencillo a mecanismos de solución de controversias, la posibilidad de acceso desde cualquier lugar con la consiguiente reducción de costes en infraestructuras y medios. La idea se centraría en ordenar y visibilizar las herramientas y plataformas de ODR existentes, darlas a conocer y hacerlas accesibles dentro del Servicio Público de Justicia. En definitiva, se trata de una integración mucho más visible de estas plataformas dentro de las posibilidades que los ciudadanos pueden tener para resolver sus disputas. En el fondo, lo que subyace es la promoción de una verdadera cultura de los ODR, cuestión que aún está pendiente en nuestra sociedad, debido a que relacionamos la solución de conflictos con el plano judicial, pero pocas veces con las posibilidades que se ofrecen a nivel extrajudicial, y menos aún, a nivel electrónico.

Parece lógico acudir a una solución de naturaleza electrónica cuando el conflicto se ha producido en el mismo ámbito. Es decir, las ODR, dentro de su

27 Esta definición es la recogida en el I Anteproyecto de Ley de eficiencia procesal.

28 BUENO DE MATA, F., *Hacia un proceso civil eficiente: transformaciones judiciales en un contexto pandémico*, Valencia, 2021, pp.137 y ss.

amplitud, pueden servir para ofrecer soluciones a estas controversias, pero...¿qué tipo de ODR sería más conveniente para solucionar conflictos derivados de la contratación electrónica por medio de plataformas digitales?

En este sentido la respuesta depende del tipo de relación que nos encontremos, aunque apostamos por regla general por la utilización de los sistemas de mediación y negociación electrónica como métodos ODR prioritarios. Tal y como hemos apuntado en este plano podríamos encontrarnos con relaciones B2C en atención tanto a las producidas entre la plataforma y el vendedor o el suministrador del servicio como a las del consumidor digital y la plataforma; y por otra las relaciones C2C, producidas entre el oferente y el usuario destinatario.

En este sentido, justificamos nuestra decisión en el completo respaldo tanto a nivel europeo como a nivel nacional con el que cuenta este medio autocompositivo que se hace idóneo para solucionar conflictos de relaciones B2C y C2C dentro del comercio electrónico.

Concretamente en España²⁹, esta forma de resolución de controversias en el plano del comercio electrónico vienen amparado en la Ley 34/2002 de 11 de julio de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico (LSSICE), incorpora en nuestro ordenamiento legislativo la Directiva 2000/31/CE del Consejo y del Parlamento Europeo en la que se regulan determinados aspectos jurídicos de los Servicios de la Sociedad de la Información, en particular los relativos al comercio electrónico. En su artículo 32 se recoge la opción de que el prestador y el destinatario de servicios de la Sociedad de la Información puedan someter sus conflictos a diversos sistemas de ODR. Si nos centramos en la mediación electrónica, si acudimos a la Directiva 2008/52/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 21 de mayo de 2008 reguló ciertos aspectos de la mediación en asuntos civiles y mercantiles, deja claramente abierta la posibilidad a distintos usos de ODR. Concretamente, en su considerando 9º abre la posibilidad de utilizar TICs en la mediación al indicar que “La presente Directiva no debe impedir en modo alguno la utilización de las nuevas tecnologías de comunicaciones en los procedimientos de mediación”.

Esta cuestión tiene su reflejo a nivel nacional desde el año 2012³⁰. Concretamente se parte de la Ley 5/2012, de 6 de julio, de mediación en asuntos civiles y mercantiles. Precisamente, es el art. 24 de la Ley el que regula la posibilidad de que las actuaciones de mediación se realicen por medios electrónicos. El precepto prevé dos tipos de procedimientos: por un lado, el apartado primero del precepto

29 BUENO DE MATA, F., “El arbitraje y la mediación como medios extrajudiciales para la solución de conflictos vinculados al comercio electrónico y al Derecho de la Moda”, *Actualidad civil*, ISSN 0213-7100, N° 9, 2021.

30 GALLARDO RODRIGUEZ, A., “Mediación “online” aplicada a situaciones de rupturas matrimoniales”, *FODERTICS 3.0: (estudios sobre nuevas tecnologías y justicia*, Granada, 2015, pp.19-31.

determina que las partes pueden acordar la mediación *online* en todas las sesiones o sólo en algunas de las actuaciones (incluida la sesión constitutiva y las sucesivas que se estimen conveniente). Se pueden emplear medios electrónicos tales como la videoconferencia u otros medios análogos como correos electrónicos y la utilización de mensajes o sistemas de mensajería multimedia. La Ley exige dos requisitos para que pueda llevarse a cabo un procedimiento de mediación *online*: por una parte, que quede garantizada la intervención de ambas partes, lo que en estos casos se consigue con la utilización del DNI electrónico³¹; y por otra, la Ley exige respetar los principios de toda mediación: voluntariedad, buena fe, confidencialidad, igualdad de las partes e imparcialidad de los mediadores, lo cuales, igualmente se cumplen al realizarla mediación electrónica³².

Por otro lado, el apartado segundo, prevé el procedimiento simplificado de mediación para reclamación de cantidades que no superen los 600 euros, cuestión que encaja perfectamente con las disputas derivadas del comercio electrónico y las plataformas de economía colaborativa debido a que su precio difícilmente superará en muchos casos esta cantidad. Este precepto se complementa con la Disposición Final Séptima de la Ley que establece este procedimiento³³. Dicho procedimiento se desarrolla en su totalidad a través de medios electrónicos, esto es: las partes introducen sus pretensiones en un formulario *web*, que en ningún caso se referirán a argumentos de confrontación de derecho y después, un sistema informático genera el acuerdo. Por ello, este tipo de mediación en la doctrina es discutida, pues al igual que un sector doctrinal, entendemos que en estos casos no puede hablarse de mediación, sino de una negociación electrónica negociación³⁴. El ámbito de aplicación para realizar este tipo de mediación no es cerrado, pero al dar preferencia a las reclamaciones de cantidad, vemos como este mecanismo de solución podría tener clara aplicación en las relaciones B2C y C2C.

31 Vid. Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica. BOE, núm. 304, de 20 de diciembre de 2003, páginas 45329 a 45343 (15 págs.); y la Ley 11/2007, de 22 de junio, de acceso electrónico de los ciudadanos a los Servicios Públicos. BOE, núm. 150, de 23 de junio de 2007, pp. 27150 a 27166 (17 pp).

32 GARCÍA DEL POYO, R., "La mediación electrónica", *Revista Jurídica de Castilla y León*, número 29, enero 2013. ISSN: 2254-3805. El autor analiza con detalle los medios electrónicos existentes que pueden ser utilizados y como garantizar la identidad de los intervinientes; y el cumplimiento de los principios de mediación en el ámbito electrónico.

33 La Disposición Final Séptima de la Ley 5/2012, de 6 de julio, ha sido desarrollado por el Real Decreto 980/2013, de 13 de diciembre. Este Real Decreto desarrolla determinados aspectos fundamentales de la Ley estatal de mediación, como la formación del mediador, su publicidad a través de un registro dependiente del Ministerio de Justicia y el aseguramiento de su responsabilidad, y por último, desarrollo las líneas básicas de ese procedimiento simplificado de mediación por medios electrónicos. Orden Just/746/2014, de 7 de mayo, por el que se desarrollan los arts.- 14 y 21 del Real Decreto 980/2013, de 13 de diciembre, por el que se desarrollan determinados aspectos de la Ley estatal de mediación en asuntos civiles y mercantiles. BOE-A-2014-4910.núm. 113, de 9 de mayo de 2014, páginas 35687 a 35689 (3 págs.).

34 En este sentido, CONFORTI F., "El proceso simplificado de mediación por medios electrónicos ¿es mediación?". Vid. http://www.acuerdojusto.com/Articulos/Entradas/2013/12/13_El_proceso_simplificado_de_mediacion_por_medios_electronicos_es_mediacion.html (Fecha de consulta:12 de noviembre de 2021).

Pero, ¿podríamos también aplicar esta cuestión propiamente a los conflictos en los que también se viera involucrado el ofrecimiento de servicios a través de una plataforma electrónica? La respuesta viene dada también a nivel europeo y nacional con las reformas que posteriormente al año 2012 se produjeron en el ámbito de la UE y posteriormente tuvieron su reflejo a nivel nacional.

Para ello, a nivel europeo es necesario partir de la Directiva 2013/11/CE y el Reglamento (UE) nº 524/2013, que buscan homogeneizar los niveles de calidad de los procedimientos de resolución alternativa de conflictos entre todos los Estados miembros, con el fin de solucionar disputas con componente transfronterizo. A su vez, esta normativa tiene su fundamento en la protección a los consumidores de acuerdo con el art. 114 de la Carta de Derechos Fundamentales de la Unión Europea y las últimas reglas de UNCITRAL³⁵ de finales de 2016, en la que se permiten y potencian el uso de ODR para poner remedio a este tipo de disputas³⁶. Esta normativa venía acompañada del Reglamento 524/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo de 21 de mayo de 2013 sobre resolución de litigios en línea en materia de consumo³⁷. Justamente en este texto legal es donde se avanza la creación de una plataforma para toda Europa en materia de consumo. De hecho, en su considerando 18ª se establece que es uno de los principales objetivos del texto legal es “crear una plataforma de resolución de litigios en línea en el ámbito de la Unión”, para continuar diciendo que “la plataforma de resolución de litigios en línea debe adoptar la forma de un sitio de internet interactivo que ofrezca una ventanilla única a los consumidores y a los comerciantes que quieran resolver extrajudicialmente litigios derivados de transacciones en línea”. Hablaríamos así de una especie de “plataforma de plataformas”, donde la negociación electrónica y la mediación electrónica serían las ODR protagonistas y que pueden aplicarse claramente a situaciones de contratación electrónica y plataformas digitales. Finalmente, dicha plataforma se convierte en una realidad a través del siguiente enlace: <http://ec.europa.eu/consumers/odr/>. Muchos han sido los estudios que se han dedicado a analizar esta plataforma, pero debemos aquí realizar mención al proyecto EMEDEU³⁸, del cual en su día formamos parte dentro del equipo de trabajo, y que consistía en proponer un marco legal completo para los sistemas de negociación y mediación electrónica tendentes a solucionar todo tipo de conflictos

35 Las mismas corresponden a la abreviatura de la expresión *United Nation Comission on International Trade Law* y el Instituto Internacional para la Unificación del Derecho Privado (UNIDROIT).

36 Guía de la CNUDMI Datos básicos y funciones de la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional, publicada por la Secretaría de la CNDMI en 2013. Disponible en <https://uncitral.un.org/sites/uncitral.un.org/files/media-documents/uncitral/es/12-57494-guide-to-uncitral-s.pdf> (fecha de consulta: 12 de noviembre de 2021).

37 Gracias a esta normativa se modifica el Reglamento 2006/2004 y la Directiva 2009/22/CE. Se puede consultar la normativa en diversos idiomas en: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/ALL/?uri=OJ:L:2013:165:TOC> (Fecha de consulta: 12 de agosto de 2020).

38 Civil Justice Programme of the European Union (Action Grant JUST/2013/JCIV/AG/4689 -EMEDEU Project-). Vid. VVAA. *Electronic mediation and e-mediator: proposal for the European Union*, Lorenzo M. Bujosa Vadell (dir.); Almudena Gallardo Rodríguez (coord.). Editorial Comares, 2016.

transfronterizos en materia civil y mercantil en el ámbito de los Estados miembros de la Unión Europea³⁹.

Al trasladar esta herramienta a nuestro país, y más si lo queremos aplicar a cuestiones vinculadas al consumo colaborativo, era necesario un cambio legislativo, puesto que desde el 2012 al 2017 la mediación estaba excluida en casos de consumo. Así, se produce un significativo cambio a través de la Ley 7/2017, de 2 de noviembre relativa a la resolución alternativa de litigios en materia de consumo y que por tanto, permite la aplicación de este tipo de método autocompositivo en el ámbito de los consumidores. A través de esta ley se realiza la transposición de la Directiva 2013/11/UE, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 21 de mayo de 2013, relativa a la resolución alternativa de litigios en materia de consumo⁴⁰.

El ámbito de aplicación se centra en reclamaciones con componente transfronterizo o ante compañías áreas o financieras, lo que hace que pensemos que las distintas actividades relacionadas con el comercio electrónico y las plataformas digitales sean realmente las principales actividades amparadas por esta ley. Podemos decir que gracias a este cambio, tanto las relaciones C2C como las B2C con base en conflictos en contratación electrónica y consumo colaborativo, contarían con formas de solución de conflictos extrajudiciales que cuentan con respaldo legal. De forma estricta, este medio podría aplicarse entre consumidores, y también en las relaciones que se establezca desde los consumidores hacia los empresarios, pero no al revés, por considerarse de carácter unidireccional. De todas formas, no la mediación, pero si la negociación electrónica como otro mecanismo de ODR, podría darse en las relaciones B2C que partieran del empresario al sujeto oferente del servicio o al consumidor final. Dentro de este campo, pensamos que los sistemas disruptivos centrados en aplicación de Inteligencia Artificial y sistemas automatizados, podrían tener un claro impacto en este sentido, y que realmente son el futuro inminente para aplicar a este campo.

Tal y como indican autores como MARTÍN DIZ, las tecnologías ODR mediante inteligencia artificial “serán un elemento de referencia en la justicia post-covid19⁴¹”, a las que el autor denomina i-ODR, y que puede servir para evaluar o no la

39 Vid. MARQUES CEBOLA, C. “La plataforma ODR, ¿Posible integración con ECC-NET?”, *Mediación en la Administración de Justicia*, Santiago de Compostela, 2017, pp.201-2224; MARTIN DIZ, F., “Litigiosidad extrajudicial en sedes electrónicas: planteamientos y nuevas realidades”, *La globalización del Derecho Procesal*, Valencia, 2019, pp.419- 454.

40 Vid. GONZÁLEZ PILLADO, E., “La mediación en materia de consumo”, *Arbitraje y mediación en materia de consumo*, Madrid, 2012, pp.159-186; CUBILLO LÓPEZ, I. J., “El procedimiento para la tutela arbitral de los consumidores”, *Cuestiones actuales sobre la protección de los consumidores: Tutela penal, civil y arbitral*, Navarra, 2010, pp.275-349.

41 MARTÍN DIZ, F., “Justicia digital post-covid19: el desafío de las soluciones extrajudiciales electrónicas de litigios y la inteligencia artificial”, *Revista de Estudios Jurídicos y Criminológicos*, ISSN-e: 2660-7964, n.º 2, Universidad de Cádiz, 2020, pp. 41-74. En el mismo sentido, BUENO DE MATA, F., “Mediación electrónica e inteligencia artificial”, *Actualidad civil*, N° 1, 2015; BARONA VILAR, S., “Psicoanálisis de las ADR. Retos en la sociedad global del siglo XXI”, *La Ley. Mediación y Arbitraje*, núm., 1, 2020.

conveniencia de utilizar una mediación electrónica ante un determinado conflicto, procesar los datos de la disputa o ayudar a sugerir soluciones, lo que nos derivaría en algo más cercano a los sistemas automatizados, para los que ya tenemos respaldo legal.

4. REFLEXIONES FINALES.

Nos encontramos ante un fenómeno en auge, la economía colaborativa ha venido para quedarse y se ha convertido en una realidad imparable que necesita de un mayor respaldo legal para evitar situaciones de inseguridad jurídica tanto para los consumidores, como para los sujetos oferentes y las plataformas digitales.

En primer lugar, es necesario que desde la UE se defina claramente qué se entiende por economía colaborativa y qué tipos de modelos incluye. Hasta el momento, y en espera de que se aprueben las nuevas normativas vinculadas a los Mercados Digitales y a los Servicios Digitales, a lo largo del presente 2022. Todo parece indicar que tomarán la forma de Reglamentos y que tendrán aplicación directa en todos los estados miembros. Esta normativa, que estará más centrada en cuestiones de competencia, con la noción de “guardianes de acceso” como protagonista⁴², dotará de una mayor seguridad jurídica a todos los sujetos implicados y por ende, a los distintos tipos de contrataciones que aquí se establezcan.

Estamos hablando de tres tipos de sujetos (plataformas, sujetos oferentes y consumidores) que se entrelazan así emanando diversas relaciones de tipo B2C y C2C con especiales características, puesto que dependiendo del modelo de economía en el que nos encontramos, si es de consumo colaborativo puro o no, la plataforma será mera intermediaria o no en función de si oferta un servicio subyacente. Esto a su vez está conectado con distintos tipos de contratos tal y como hemos analizado: mediación o corretaje, acceso o consumo en función del servicio contratado.

Ante una situación tan novedosa y que entraña aún grandes interrogantes a nivel legal, es habitual que existan múltiples conflictos a los que debemos darles una respuesta judicial o extrajudicial oportuna. Creemos que el recurso a los ODR es el mecanismo autocompositivo ideal para hacer frente a estas disputas y ofrecer una solución aceptable y beneficiosa para todas las partes, al configurarse como

42 La futura Ley de Mercados Digitales, tratará de evitar que las grandes plataformas digitales impongan condiciones injustas a las empresas y a los consumidores. La normativa se focaliza en aquellas plataformas con una posición económica fuerte, una sólida posición de intermediadora o arraigada en el mercado denominadas “guardianas de acceso”.
Vid. <https://www.europarl.europa.eu/news/es/headlines/society/20211209STO19124/la-ley-de-mercados-digitales-y-la-ley-de-servicios-digitales-explicadas> (Fecha de consulta: 12 de enero de 2022).

un método no adversarial especialmente destinado para las reclamaciones de cantidad de no muy alto momento y que está especialmente pensada para sujetos que se encuentran geográficamente separados, conectados por herramientas tecnológicas y que necesitan una respuesta técnicamente sencilla y expedita.

Creemos que entre los distintos tipos de ODR los sistemas de mediación y negociación electrónica son los que pueden poseer un mejor encaje para las situaciones vistas, al tener ya un reflejo claro en la plataforma europea de consumo⁴³. Respecto a la tecnología, estamos convencidos de que avanzamos hacia un escenario en el que la inteligencia artificial se convertirá en protagonista en los años venideros y que servirá para aumentar aún más el catálogo de recursos de este tipo de modelos para lograr que los mismos alcancen un alto grado de eficiencia y eficacia.

En último lugar, debemos indicar que España cuenta con un respaldo legal fuerte y completo para la implementación de este tipo de ODR, y que además el horizonte legal que esta cuestión plantea es claramente ambicioso, puesto que estos mecanismos se configuran como una puesta clara a través del Plan de Justicia 2030 y el Anteproyecto de Medidas de Eficiencia Procesal del Servicio Público de Justicia. Estaremos atentos, puesto que si este texto finalmente entra en vigor, seremos testigos de una auténtica revolución en la implementación de nuevos métodos autocompositivos de resolución de conflictos vinculados al comercio electrónico, y más concretamente, a aquellos derivados de servicios vinculados a la economía colaborativa.

43 Respecto al impulso institucional europeo a la Resolución de Disputas en Línea puede consultarse ALZATE SAEZ DE HEREDIA, R., Y VÁZQUEZ DE CASTRO, E., *Resolución de Disputas en Línea (RDL). Las claves de la mediación electrónica*, Editorial Reus, Zaragoza, 2013, págs. 203 y ss.

BIBLIOGRAFÍA.

ALVAREZ MORENO, M^a T., *La contratación electrónica mediante plataformas en línea: modelo negocial (B2C), régimen jurídico y protección de los contratantes (proveedores y consumidores*, Reus, Madrid, 2021.

ALZATE SAÉZ DE HEREDIA, R., Y VÁZQUEZ DE CASTRO, E., *Resolución de Disputas en Línea (RDL). Las claves de la mediación electrónica*, Editorial Reus, Zaragoza, 2013.

BLANCO CARRASCO, M., "El contrato de corretaje", *Revista de derecho Privado*, ISSN 0034-7922, Año nº 89, Mes 2, 2005, pp. 3-36.

BARONA VILAR, S., "Psicoanálisis de las ADR. Retos en la sociedad global del siglo XXI", *La Ley. Mediación y Arbitraje*, núm., 1, 2020.

BUENO DE MATA, F., *Mediación electrónica e inteligencia artificial*, *Actualidad civil*, N° 1, 2015.

- "El arbitraje y la mediación como medios extrajudiciales para la solución de conflictos vinculados al comercio electrónico y al Derecho de la Moda", *Actualidad civil*, ISSN 0213-7100, N° 9, 2021.

- *Hacia un proceso civil eficiente: transformaciones judiciales en un contexto pandémico*,

Valencia, 2021.

CONFORTI F., "El proceso simplificado de mediación por medios electrónicos ¿es mediación?"

Vid.http://www.acuerdojusto.com/Articulos/Entradas/2013/12/13_El_proceso_simplificado_de_mediacion_por_medios_electronicos_es_mediacion.html (Fecha de consulta: 12 de enero de 2022).

CUBILLO LÓPEZ, I. J., "El procedimiento para la tutela arbitral de los consumidores", *Cuestiones actuales sobre la protección de los consumidores: Tutela penal, civil y arbitral*, Navarra, 2010, págs. 275-349.

GARCÍA DEL POYO, R., "La mediación electrónica", *Revista Jurídica de Castilla y León*, número 29, enero 2013. ISSN: 2254-3805.

GÁZQUEZ SERRANO, L., *EL contrato de mediación o corretaje*, ed. La Ley, Madrid, 2007.

GONZÁLEZ PILLADO, E., "La mediación en materia de consumo", *Arbitraje y mediación en materia de consumo*, Madrid, 2012.

CUENCA CASAS, M., "La contratación a través de plataformas intermediarias en línea", *Cuadernos de Derecho Transnacional*, (Octubre 2020), Vol. 12. N° 2, pp. 283-348. ISSN 1989-4570, <https://e-revistas.uc3m.es/index.php/CDT/article/view/5612>

CUBILLO LÓPEZ, I. J., "El procedimiento para la tutela arbitral de los consumidores", *Cuestiones actuales sobre la protección de los consumidores: Tutela penal, civil y arbitral*, Navarra, 2010.

ESTANCONA PÉREZ, A. 'CARPOOLING': C2C en el transporte de personas', *Revista Aranzadi de derecho y nuevas tecnologías*, ISSN 1696-0351, N° 37, 2015, pp. 161-184.

GALLARDO RODRÍGUEZ, A., "Mediación "online" aplicada a situaciones de rupturas matrimoniales", *FODERTICS 3.0: (estudios sobre nuevas tecnologías y justicia*, Granada, 2015, págs. 19-31.

GONZÁLEZ PILLADO, E., "La mediación en materia de consumo", *Arbitraje y mediación en materia de consumo*, Madrid, 2012, pp. 159-186.

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

MACANÁS VIENTE, G., *El contrato de mediación o de corretaje (carencias y posibilidades)*, Las Rozas, Madrid, Wolters Kluwer, 2015.

MARQUES CEBOLA, C. "La plataforma ODR, ¿Posible integración con ECC-NET?", *Mediación en la Administración de Justicia*, Santiago de Compostela, 2017, págs. 201-2224.

MARTÍN DIZ, F., "Justicia digital post-covid19: el desafío de las soluciones extrajudiciales electrónicas de litigios y la inteligencia artificial", *Revista de Estudios Jurídicos y Criminológicos*, ISSN-e: 2660-7964, n.º 2, Universidad de Cádiz, 2020, pp. 41-74.

- "Litigiosidad extrajudicial en sedes electrónicas: planteamientos y nuevas realidades", *La globalización del Derecho Procesal*, Valencia, 2019, pp. 419- 454.

RODRÍGUEZ DE LAS HERAS BALLELL, T., *El régimen jurídico de los mercados electrónicos cerrados (e-Marketplaces)*, Marcial Pons, 2006.

-“La contratación en plataformas electrónicas en el mercado de la estrategia para un mercado único digital en la Unión Europea”, en *El mercado digital en la Unión Europea*, (coord.) Alicia María Pastor García, Isabel Martens Jiménez; Paula Castaños Castro (dir.), José Antonio Castillo Parrilla (dir.), Agustín Madrid Parra (aut.), 2019, pp. 93-127.

RODRÍGUEZ MARTÍNEZ, I “El servicio de mediación electrónica y las plataformas de economía colaborativa”, *RDM*, Núm. 305, 2017, julio-septiembre. BIB 2017/13013.

SHARING ESPAÑA “Los modelos colaborativos y bajo demanda en plataformas digitales”. https://biblio.ontsi.red.es:8080/intranet-tmpl/prog/img/local_repository/koha_upload/plataformas-colaborativas.pdf

VILLA VEGA, E., “Contrato de corretaje o mediación”, en *Contratos mercantiles*, Alberto Bercovitz-Cano (dir.), Marla Ángeles Calzada Conde (dir.), Vol.I, Tomo I, 2007, pp. 455-507.

VILALTA NICUESA, A.E., “La regulación europea de las plataformas de intermediación digitales en la era de la economía colaborativa”, *RCDI*, nº 765, 2018, pp. 265 y ss.

VVAA. *Electronic mediation and e-mediator: proposal for the European Union*, Lorenzo M. Bujosa Vadell (dir.); Almudena Gallardo Rodríguez (coord.). Editorial Comares, 2016.