



**La responsabilidad de las plataformas online en los  
contratos con consumidores, según la Propuesta  
de Reglamento de Servicios Digitales**

MARÍA TERESA ÁLVAREZ MORENO

CATEDRÁTICA DE DERECHO CIVIL  
UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID



WORKING PAPER 2/2021

**Abstract:** This paper analyses the European legislation and case law regarding the liability of online platforms and critically assesses the Proposal for a Digital Services Act released by the European Commission in December 2020.

**Title:** Online platforms liability in B2C contracts, according to the Digital Services Act Proposal

**Keywords:** platforms, liability, intermediaries

**Resumen:** El trabajo analiza la legislación y jurisprudencia europea sobre la responsabilidad de las plataformas online y enjuicia críticamente la Propuesta de Digital Services Act que la Comisión europea hizo pública el pasado mes de diciembre de 2020.

**Título:** La responsabilidad de las plataformas online en contratos con consumidores, según la Propuesta de Reglamento de Servicios Digitales

**Palabras clave:** plataformas, responsabilidad, intermediarios

**Resum:** El treball analitza la legislació i jurisprudència europea sobre la responsabilitat de les plataformes en línia i valora críticament la Proposta de Digital Services Act que la Comissió Europea va fer pública el passat mes de desembre de 2020

**Títol:** La responsabilitat de les plataformes en la contractació *online* de béns i serveis amb consumidors, després de la proposta de Reglament de Llei de Mercat Únic de Serveis Digitals

**Paraules clau:** plataformes, responsabilitat, intermediaris

## SUMARIO

<b>1. RESPONSABILIDAD DE LAS PLATAFORMAS.....</b>	<b>4</b>
1.1. PREMISA.....	4
1.2. REGLAS GENERALES: PRINCIPIOS DE LA ACTUACIÓN DE LA PLATAFORMA QUE PERMITEN SU EXENCIÓN DE RESPONSABILIDAD.....	5
1.3. NIVELES DE RESPONSABILIDAD DE LAS PLATAFORMAS.....	11
<b>2. LA PROPUESTA DE REGLAMENTO DE 15/12/2020 DSA O LSD .....</b>	<b>12</b>
2.1. SUPUESTOS DE RESPONSABILIDAD DE LA PLATAFORMA.....	12
2.2. OBLIGACIÓN DE INFORMACIÓN: LA TRAZABILIDAD DEL USUARIO PROFESIONAL .....	13
2.3. LA STS (SALA 3ª) DE 30 DICIEMBRE DE 2020: LA CONFUSIÓN Y MALINTERPRETACIÓN DEL RÉGIMEN DE RESPONSABILIDAD .....	15

## 1. RESPONSABILIDAD DE LAS PLATAFORMAS

### 1.1. PREMISA

Las únicas reglas específicas en el marco de los servicios de la sociedad de la información son los arts. 14 y ss Directiva 2000/31, incorporados en los arts. 13 y ss. Ley 34/2002, que han creado el denominado “puerto seguro”, que recoge los supuestos de exención de responsabilidad de los prestadores de servicios de la sociedad de la información.

Las nuevas actuaciones normativas comunitarias no han avanzado especialmente en este sentido. Así, el reciente Reglamento 2019/1150 representa la piedra de toque que inicia la construcción normativa del régimen de las plataformas, pero esta norma es muy incompleta, y sólo se refiere a las relaciones entre la plataforma y el oferente profesional, por lo que necesariamente deberá ser complementado por otras normas posteriores (Reglamentos o Directivas) que se ocupen de disciplinar las distintas clases de plataformas (transaccionales o no), y especialmente la responsabilidad que se derive en cada caso. Ni con la Directiva 2000/31, ni con la 2011/83, ni tan siquiera con las más recientes 770 y 771/2019 se regula la responsabilidad de las plataformas, por lo que estamos en presencia de una laguna legal, que debe ser colmada adecuadamente. Sólo la Directiva 2015/2302 sobre viajes combinados implica una excepción al dar una solución clara a la contratación mediante plataforma: La Directiva establece en su art. 23.1 la imperatividad de las obligaciones contenidas en la norma, sin que quepa su elusión por ser considerado un intermediario.

Las reglas de responsabilidad y especialmente las exenciones de responsabilidad de la Directiva 2000/31 y la LSSI, no están pensando en la actuación de las plataformas o las redes sociales como intermediarios en la contratación, sino que se refieren a cuestiones relativas básicamente a los contenidos ilícitos, ya sea por vulnerar tanto derechos de la personalidad (intimidación, honor, protección de datos, etc) como derechos conectados con la propiedad intelectual o industrial. Ante esta laguna legal, nuestra opción, probablemente susceptible de críticas por su osadía, consiste en plantear un posible escenario en que se conjuguen las reglas generales de responsabilidad junto con las exenciones previstas legalmente cuando sean aplicables, elaborando sobre la base de las Comunicaciones de la Comisión, y la jurisprudencia del TJUE y española, la fundamentación de la responsabilidad de las plataformas.

Como señalábamos, en la LSSI sólo se han tipificado “las actividades que consisten en proveer el acceso a la red, transporte de la información y de alojamiento y almacenamiento temporal de datos, tanto bajo la forma de *caching* como de *hosting*” (arts. 14 a 17 LSSI), por lo que a ellos les será aplicable la exención de responsabilidad prevista en la normativa. En cambio, todas las actividades que no están expresamente tipificadas como excepciones, deben estar sometidas al régimen general de responsabilidad civil, tal como dispone el art. 13 LSSI.

## 1.2. REGLAS GENERALES: PRINCIPIOS DE LA ACTUACIÓN DE LA PLATAFORMA QUE PERMITEN SU EXENCIÓN DE RESPONSABILIDAD

Para que se pueda afirmar la exención de responsabilidad de las plataformas, deben actuar de conformidad con dos principios: la neutralidad tecnológica y la ajenidad.

1) **Neutralidad tecnológica:** El comportamiento de las plataformas ha de ser técnicamente neutro, y de mero intermediario entre el usuario oferente y el usuario destinatario.

Esta actividad es de naturaleza estrictamente técnica, automática y pasiva, el prestador de servicios de intermediación no tiene **conocimiento** ni **control** de la información transmitida o almacenada y, en consecuencia, no puede hacérsele responsable de los daños que aquella pueda ocasionar". Expliquemos mínimamente estos conceptos de conocimiento y control de la información.

1º El **control de la información** alojada o transmitida por la plataforma. Si la plataforma modifica o altera en cualquier medida, los datos, la información, la publicidad o las condiciones contractuales del oferente, pierde ese papel neutral, y puede imputársele responsabilidad, especialmente si su actividad provoca algún daño al consumidor, o a otros terceros, como por ejemplo, comerciantes competidores.

Debemos distinguir dos posibles ámbitos diferentes: la publicidad alojada en la plataforma, y la información (también alojada) que se facilita a los usuarios consumidores.

1.1.) En cuanto a la **publicidad**, la plataforma permite a los oferentes incorporar sus anuncios publicitarios que contienen sus ofertas contractuales para fomentar la contratación. El principio de neutralidad tecnológica, implica que la plataforma no puede modificar dichos contenidos. Si sólo los reformula o cambia su imagen para ajustarla a su modelo o diseño, o sólo son cambios formales, no responderá la plataforma. Si introduce cambio sobre el fondo o si propone sus propias reglas para la creación de anuncios y ofertas que el oferente debe seguir para poder incorporarlas en la página de la plataforma, entonces la plataforma será directamente responsable. Este es el supuesto de hecho del caso Google France y Google en relación con su procedimiento de referenciación del servicio Adwords. (STJUE Gran Sala de 23 de marzo de 2010, asuntos acumulados C- 236/08 a C- 238/08, Google France y Google).

Google ha establecido un procedimiento automatizado para la selección de palabras clave y la creación de anuncios. Los anunciantes seleccionan las palabras clave, redactan el mensaje comercial e insertan el enlace a su sitio web.

"Google procede, utilizando los programas que ha desarrollado, a un tratamiento de los datos introducidos por los anunciantes, del que resulta la aparición

en pantalla de anuncios en condiciones que Google controla. De este modo, Google determina el orden de aparición, que depende, en particular, de la cantidad pagada por los anunciantes.

En el mismo sentido podemos citar la STJUE (Gran Sala) 12 julio de 2011 (caso L’Oreal vs Ebay), en la que sostiene el TJUE que “el mero hecho de que el operador de un mercado electrónico almacene en su servidor ofertas de venta, determine las condiciones de su servicio, sea remunerado por el mismo y dé información general a sus clientes no puede implicar que se le excluya de las exenciones de responsabilidad previstas por la Directiva 2000/31”. Pero si la plataforma mantiene un comportamiento activo, debe ser excluida de dicha exención de responsabilidad, y ello determina la responsabilidad de la plataforma.

1.2) Por lo que respecta a la **información**, a la misma imputación de responsabilidad llegaríamos si la actuación de la plataforma implicase un añadido o un cambio sobre la información facilitada por el proveedor del bien o del servicio (supuesto totalmente equivalente al analizado sobre la publicidad), o bien, una omisión de la información que debe facilitarse y que, al no hacerlo, provoca un perjuicio al usuario consumidor. Este es el motivo, del reconocimiento de la responsabilidad solidaria de la plataforma en la SAP Cuenca (Sección 1ª) de 8 de mayo de 2018. En el caso de autos la consumidora había adquirido un bono de la plataforma (Yumping Adventures) para montar a caballo en alguna de las empresas indicadas en la plataforma, pagando el precio a través de la plataforma y recibiendo el bono que debía entregar en el centro hípico prestador del servicio. Dicha empresa no tenía las autorizaciones necesarias, ni estaba inscrita en el Registro autonómico de empresas y establecimientos turísticos.

Durante la prestación del servicio, la consumidora sufre un daño. La plataforma resulta condenada solidariamente con la prestadora del servicio, por una conducta propia (no se trata de responsabilidad extracontractual por culpa *in eligendo*), sino de actos propios, por incumplimiento de la obligación de informar al consumidor.

2º El segundo concepto implicado en la neutralidad tecnológica es el **conocimiento efectivo** de la información. Hay que partir de que no se exige un control previo a las plataformas sobre los contenidos que los oferentes profesionales o particulares suben a la plataforma, pero ello no obsta para que una vez conocida la existencia de contenidos ilícitos (porque vulneran derechos de la propiedad industrial o intelectual, o derechos de la personalidad), o simplemente por ser fraudulento, la plataforma deba tomar las medidas pertinentes, para impedir el acceso a estos contenidos o para eliminar dichos contenidos lo antes posible.

El momento en que la plataforma tiene constancia de la existencia de un contenido ilícito alojado en su página determina el inicio de su responsabilidad si no adopta las medidas adecuadas. Hasta ese “momento” del conocimiento efectivo, la plataforma estaba exonerada de responsabilidad.

2) El segundo principio que se maneja para la exención de responsabilidad es la AJENIDAD de la plataforma con respecto al contrato de consumo celebrado entre usuario oferente y consumidor.

La plataforma suele alegar su exención de responsabilidad en relación con el contrato que suscriban oferente profesional y consumidor. Para que ello pueda mantenerse es necesario que la plataforma sea independiente y ajena con respecto al contrato relativo al bien o servicio del que se trate.

De la experiencia práctica y la jurisprudencia comunitaria podemos deducir 3 niveles:

1º La plataforma permanece “ajena” al contrato celebrado entre oferente profesional y consumidor. En este caso, y por el principio de relatividad de los contratos, la plataforma no responde por el incumplimiento o cumplimiento defectuoso del contrato de consumo subyacente.

Y en cuanto a terceros profesionales, qué pasa si por ejemplo el fabricante o titular de la marca impide al usuario oferente la venta a través de plataformas de sus productos? Hablar de vendedor de artículos de lujo, o de marca.

Caso Coty STJUE de 6 de diciembre de 2017

*Parfümerie Akzente* distribuye desde hace muchos años los productos de *Coty Germany*, como distribuidor autorizado, tanto en sus puntos de venta físicos como en Internet. Una parte de las ventas por Internet se realiza mediante su propia tienda en línea, y otra parte, por medio de la plataforma «amazon.de».

A raíz de la entrada en vigor del Reglamento n.º 330/2010, *Coty Germany* modificó los contratos del sistema de distribución selectiva, explicitando que «el depositario podrá ofrecer y vender los productos en Internet, a condición no obstante de que dicha actividad de venta por Internet se realice mediante un “escaparate electrónico” del establecimiento autorizado y que se preserve el carácter de lujo de los productos». Además, prohíbe expresamente el uso de una denominación comercial diferente, así como la intervención reconocible de una tercera empresa que no sea depositario autorizado de *Coty Prestige*.

*Parfümerie Akzente* se negó a firmar las modificaciones aportadas al contrato de distribución selectiva, por lo que *Coty Germany* interpuso recurso ante un tribunal nacional de primera instancia a fin de que prohibiera a la demandada, la distribución de los productos de la marca controvertida a través de la plataforma “amazon.de”.

En definitiva, *Parfümerie Akzente* venía utilizando sistemáticamente los servicios de la plataforma de Amazon para vender los productos de la marca Coty, y no

quería perder ese canal de venta, mientras que *Coty Germany* quería preservar su imagen de productos de lujo, impidiendo su venta por Amazon o cualquier otra tercera empresa que no fuese distribuidora oficial de sus productos y no exhibiese su marca.

El TJUE dio la razón a *Coty Germany*, al considerar que: “El artículo 101 TFUE, apartado 1, debe interpretarse en el sentido de que no se opone a una cláusula contractual, como la controvertida en el litigio principal, que prohíbe a los distribuidores autorizados de un sistema de distribución selectiva de productos de lujo dirigido, con carácter principal, a preservar la imagen de lujo de dichos productos recurrir de manera evidente a plataformas de terceros para vender en Internet los productos objeto del contrato, si dicha cláusula pretende preservar la imagen de lujo de esos productos, si se establece de modo uniforme y se aplica de forma no discriminatoria, y si es proporcionada al objetivo perseguido”.

2º La plataforma asume la prestación de determinados servicios, o celebra contrato complementario o vinculado sobre bienes o servicios auxiliares del contrato de consumo principal. La plataforma debe responder por los servicios asumidos (gestión del pago, o de la entrega del bien, seguro, mantenimiento, bienes adicionales, etc). Y ello en ocasiones puede plantear más de un problema: por ejemplo, qué pasa si la plataforma asume la obligación de entregar el bien y se trata de un producto vendido por un profesional extracomunitario? Podría considerarse que la plataforma actúa como una importadora en el territorio de la Unión europea? Esta fue la conclusión a la que llegó el TJUE en el caso *Jestel* (STJUE de 17 noviembre 2011, que aunque referida a un asunto tributario, viene a considerar que Ebay es importadora, en cuanto intermediaria en la venta (mediante subasta) de productos ofertados por el sr. *Jestel* (comerciante profesional) que ofrecía mercancías originarias de China, y las enviaba directamente por vía postal a los compradores establecidos en Alemania.

3º La plataforma mantiene el control o una influencia decisiva sobre el oferente profesional en relación con la determinación de las condiciones del contrato, y con la ejecución del mismo, por lo que debe responder junto con el oferente profesional, sin poder exonerarse de la responsabilidad derivada del contrato de consumo.

Para determinar si la plataforma ejerce un control significativo o una influencia dominante sobre la ejecución del contrato de consumo subyacente, la Comisión europea maneja tres criterios claves: la fijación del precio, de las condiciones contractuales del contrato y la propiedad de los medios activos para la ejecución material del servicio. La Comisión, deduce del cumplimiento de estos tres criterios la existencia de “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 un servicio de la sociedad de la información).

Planteemos dos ejemplos para ilustrar la existencia o no de control efectivo. Uno nos lo suministra el caso *Uber*, es decir, la sentencia TJUE (Gran Sala) de 20 de



diciembre de 2017 de asociación elite taxi contra Uber, y la STJUE 19 diciembre 2019, Caso Airbnb Irlanda.

Uber es una plataforma de internet que facilita los medios técnicos y organizativos en distintos países del mundo para poner en contacto a conductores de vehículos (turismos) con usuarios que necesitan realizar desplazamientos en coche dentro de una misma ciudad. Uber facilita una aplicación informática (una interfaz) que puede descargarse en ordenadores, tabletas y teléfonos móviles que permite a los usuarios ponerse en contacto con conductores dispuestos a realizar el transporte urbano o interurbano de personas, previamente determinado y concertado por medio de la aplicación, a cambio de un precio determinado por la propia aplicación. Uber puede instaurarse de dos modos en el territorio nacional, con la modalidad Uber pop, en cuyo caso utiliza conductores no profesionales, que realizan los desplazamientos con sus propios vehículos (modalidad que se implantó en Francia y sólo inicialmente en España, pero esta modalidad es una plataforma entre particulares). O como Uber X, en cuyo caso, los conductores son profesionales, y los vehículos utilizados cuentan con una licencia de VTC.

¿Uber es entonces una empresa de transporte, equivalente a un taxi, para decirlo más claramente? ¿O es únicamente una plataforma electrónica que permite encontrar, reservar y pagar un servicio de transporte prestado por un tercero?

Para el TJUE son perfectamente distinguibles dos servicios distintos: De un lado el servicio de intermediación para la conexión entre oferente y consumidor, prestado por Uber, que es un servicio de intermediación del proveedor de servicios de la sociedad de la información. Y por otro lado, el servicio de transporte, en cuanto desplazamiento físico.

El servicio de intermediación de Uber se basa en la selección de conductores no profesionales que utilizan su propio vehículo, a los que esta sociedad proporciona una aplicación sin la cual, por un lado, estos conductores no estarían en condiciones de prestar servicios de transporte y, por otro, las personas que desean realizar un desplazamiento urbano no podrían recurrir a los servicios de los mencionados conductores. Uber ejerce una influencia decisiva sobre las condiciones de las prestaciones efectuadas por estos conductores. Consta en particular que Uber, mediante la aplicación, establece al menos el precio máximo de la carrera, que recibe este precio del cliente para después abonar una parte al conductor y que ejerce cierto control sobre la calidad de los vehículos, así como sobre la idoneidad y el comportamiento de los conductores, lo que en su caso puede entrañar la exclusión de éstos.

La fijación del precio, la percepción directa del mismo, y el control sobre la calidad de los vehículos y el comportamiento de los conductores, llevan al TJUE a considerar que Uber es en realidad la prestadora del servicio de transporte subsumiendo en este el servicio de intermediación digital, que es accesorio o

preparatorio del mismo. Aunque se trate de un control indirecto, Uber está detrás de la gestión del servicio de transporte, aunque no sea propietario de los medios (los vehículos) ni los transportistas sean empleados suyos, porque no existe una actividad independiente para dichos conductores más allá de la generada a través de la aplicación de Uber.

Ejemplo diametralmente opuesto nos ofrece el supuesto de hecho de la STJUE 19 diciembre 2019 del caso Airbnb:

- AIRBNB Ireland gestiona una plataforma electrónica que permite poner en contacto a anfitriones que disponen de alojamientos para alquilar, por un lado, con personas que buscan este tipo de alojamiento, por otro lado.

- AIRBNB Ireland centraliza los anuncios a través de su plataforma, de modo que la búsqueda de alojamientos para alquilar puede realizarse atendiendo a diversos criterios. Los resultados de una búsqueda realizada, en particular, en función del lugar de destino y de las fechas de la estancia, se muestran en una lista de alojamientos acompañados de sus fotografías y de datos generales, en particular, de los precios. A continuación, el usuario de la plataforma puede acceder a información más detallada relativa a cada alojamiento y, sobre la base de esta, realizar su elección.

- Incumbe al arrendador fijar las tarifas, el calendario de disponibilidad y los criterios de reserva, así como elaborar un reglamento interno que los eventuales arrendatarios deben acatar.

- Además de ello, AIRBNB realiza una serie de servicios adicionales de evaluación recíproca de los cocontratantes (arrendadores y arrendatarios); y si las valoraciones son mediocres o negativas puede tomar medidas correctoras al respecto.

- Airbnb propone al arrendador el contenido de la oferta, un servicio de fotografías y una herramienta de estimación del precio del alquiler. También ofrece otros servicios adicionales incluidos, como un seguro de responsabilidad civil, o una garantía de daños.

- Airbnb gestiona los pagos a través de una plataforma inglesa utilizándolo como garantía para el cumplimiento entre las partes del contrato.

Airbnb presta servicios de intermediación y aunque intenta homogeneizar el tipo de arrendamientos dentro de las distintas categorías y diferencias, no ejerce un control efectivo sobre el arrendador de la vivienda o de la solución habitacional, que es quien cede el bien de su titularidad (o que tiene en su cartera de gestión si es un Agente de la Propiedad inmobiliaria) para el uso temporal por el consumidor. Por otro lado, los arrendadores son libres de alquilar dichos inmuebles por otras vías, ya sea directamente o a través de otras plataformas, porque Airbnb no les exige exclusividad. Si lo hiciera, entonces la respuesta sería totalmente opuesta.

Podemos afirmar en conclusión que “un servicio consistente en poner en relación, a través de una plataforma electrónica, a potenciales arrendatarios con arrendadores que ofrecen prestaciones de alojamiento de corta duración, en una situación en la que el prestador de ese servicio no ejerce control alguno sobre las modalidades esenciales de dichas prestaciones, constituye un servicio de la sociedad de la información. El hecho de que tal prestador ofrezca también otros servicios cuyo contenido es material no impide calificar el servicio prestado por vía electrónica como un servicio de la sociedad de la información, siempre que el servicio de intermediación digital no forme un todo indisoluble con los servicios materiales.

En la jurisprudencia española, a la misma conclusión llegaron la SAP de Madrid de 18 de febrero de 2019 y la Sentencia del Juzgado de lo Mercantil de Madrid de 2 de febrero de 2017. Aunque se trata de una plataforma entre particulares, ambas determinaron que Blablacar no ejercía un control efectivo sobre los medios privados con los que se realizaba el transporte material de los pasajeros.

### 1.3. NIVELES DE RESPONSABILIDAD DE LAS PLATAFORMAS

En definitiva, podemos diseñar una serie de niveles de responsabilidad de las plataformas en el desarrollo de su nivel de negocio, especialmente con respecto al usuario final y a terceros (como por ejemplo comerciantes competidores).

**1º Hosting pasivo:** Se trata de supuestos en que la plataforma mantiene un comportamiento tecnológico neutro, automático y pasivo, ya se trate de almacenamiento (*hosting* en sentido estricto) en cuanto tal o de transmisión de datos, o motor de búsqueda. La actitud meramente técnica y neutra, permite la aplicación de los supuestos de exoneración de responsabilidad previstos por los arts. 14 a 17 LSSI, según corresponda. En este caso, la plataforma está exenta de responsabilidad.

**2º Hosting activo:** las plataformas rebasan el principio de neutralidad tecnológica, y alteran o manipulan la información facilitada por los oferentes, o internautas, de tal modo que la intervención activa de la plataforma impide reconducirlo a los supuestos de exoneración de responsabilidad. No se trata de un mero alojamiento técnico y pasivo por lo que la plataforma responde por la actividad desempeñada. La responsabilidad puede darse por la información facilitada por la propia plataforma (y recuérdese que en ello debe cumplirse toda la normativa al respecto sobre contratos a distancia, particularmente el contenido del art. 97 TRLCU); o por la existencia de contenidos ilícitos subidos por los usuarios, a partir del momento en que conocen su existencia, si no reaccionan inmediata y diligentemente para eliminar dichos contenidos o impedir el acceso a estos.

Así, por ejemplo, en la SAP Madrid de 29 de marzo de 2019 (homeaway) no se demostró el conocimiento efectivo por parte de la plataforma de la oferta fraudulenta (villa italiana), que fue retirada en cuanto se comunicó.

3º **Intermediación activa**, mediante la asunción de determinados servicios, por ejemplo, pago, entrega de bienes, etc. La plataforma responderá por su adecuado cumplimiento, aunque sea ajena al contrato subyacente.

En el mismo sentido, si la plataforma asume la contratación de bienes o servicios adicionales, se tratará de un contrato complementario o vinculado de cuya ejecución responde plenamente la plataforma. En este caso, existiría un cuarto contrato, que vincularía directamente a la plataforma con el consumidor.

4º **Plena responsabilidad** de la plataforma y equiparación al profesional oferente, en aquellos casos en que la plataforma tiene un control efectivo o una influencia dominante sobre el usuario oferente de los bienes o servicios. Es decir, responde solidariamente junto con el suministrador del bien o el prestador del servicio.

En este mismo nivel deberíamos incluir a la plataforma que introduce bienes en el mercado interior procedentes de vendedores radicados en países extracomunitarios (por ser importador en el sentido del art. 4 del TRLCU).

## **2. LA PROPUESTA DE REGLAMENTO DE 15/12/2020 DSA O LSD**

En coherencia con las normas de la Directiva, el art. 5 LSD mantiene esta misma postura, esto es la exención como regla cuando la plataforma mantiene un papel de neutralidad, sin exigir un control previo de la información facilitada por el usuario profesional, y por lo tanto, sin que asuma responsabilidad alguna mientras no tenga conocimiento previo (ni control sobre la información almacenada en su web).

### **2.1. SUPUESTOS DE RESPONSABILIDAD DE LA PLATAFORMA**

Los apartados segundo y tercero del art. 5 LSD establecen las excepciones al régimen de puerto seguro, lo que implica al propio tiempo la atribución de responsabilidad a la plataforma en dos supuestos:

1º) Que la plataforma ejerza una influencia dominante sobre el contrato de consumo que se celebra, porque “el destinatario del servicio actúe bajo la autoridad o el control del prestador de servicios”.

2º) Que induzca a creer al consumidor (medio y razonablemente bien informado) que es la plataforma la que proporciona el bien o servicio objeto del contrato de consumo. Esta regla es, probablemente, uno de los aciertos de la nueva Propuesta de Reglamento, y podría tener cierta conexión con el art. 236.1 CC Portugués, a tenor del cual si alguien se comporta como una parte del contrato y es percibida como tal por la otra parte, se llega a la conclusión de que tal persona es parte del contrato y debe ser tratada como tal.

En tercer lugar, como hemos señalado anteriormente, la plataforma asumirá responsabilidad en caso de tratamiento activo de la información alojada en su web, tanto si se debe al manejo mediante adecuación, y potenciación de las ofertas publicitarias de sus usuarios profesionales, como si se trata de la información relativa a estos.

En cuarto lugar, debemos incluir como supuesto de responsabilidad, aquel en que la plataforma actúe de común acuerdo con la plataforma para llevar a cabo dichas actividades ilícitas. Se trataría ya de un supuesto de colaboración deliberada con el usuario oferente para la consumación de actividades ilícitas, como podría ser la venta de productos falsificados o la descarga de contenidos digitales que vulneran los derechos de propiedad intelectual (de autores, intérpretes, etc)<sup>1</sup>.

En quinto lugar, la plataforma será responsable cuando no haya actuado con diligencia, una vez que haya tenido conocimiento de la existencia del contenido ilícito, ya sea por comunicación de un tercero, o por una orden de una autoridad administrativa o judicial.

## **2.2 OBLIGACIÓN DE INFORMACIÓN: LA TRAZABILIDAD DEL USUARIO PROFESIONAL**

Aunque no existe la obligación de controlar la información que el comerciante aloja en la plataforma, se impone una obligación a ésta de controlar la información relativa al propio profesional, para lo que debe obtener datos precisos sobre su identidad, la de su representante en territorio europeo, sus datos bancarios y profesionales, así como una certificación del propio comerciante en la que se comprometa a ofrecer exclusivamente productos o servicios conformes con el Derecho de la UE.

Establece el art. 22 que: “Cuando una plataforma en línea permita a los consumidores formalizar contratos a distancia con comerciantes, se asegurará de que los comerciantes solo puedan utilizar sus servicios para promocionar mensajes o realizar ofertas sobre productos o servicios a los consumidores localizados en la Unión si, previamente al uso de sus servicios, la plataforma en línea ha obtenido la siguiente información: a) el nombre, la dirección, el número de teléfono y la dirección de correo electrónico del comerciante; b) una copia del documento de identificación del comerciante o cualquier otra identificación electrónica con arreglo a la definición del artículo 3 del Reglamento (UE) n.º 910/2014 del Parlamento Europeo y del Consejo; c) los datos bancarios del comerciante, cuando el comerciante sea una persona física; d) el nombre, el domicilio, el número de teléfono y la dirección de correo electrónico del operador económico, en el sentido del artículo 3, apartado 13, y el artículo 4 del Reglamento (UE) 2019/1020 del Parlamento Europeo y del Consejo<sup>51</sup> o cualquier acto pertinente del Derecho de la Unión; d) cuando el comerciante esté inscrito en un registro mercantil o registro público análogo, el registro mercantil en el que dicho comerciante esté inscrito y su número de

---

<sup>1</sup> Por ello, el Considerando 20, establece que: “Un prestador de servicios intermediarios que colabora deliberadamente con un destinatario de los servicios a fin de llevar a cabo actividades ilícitas no efectúa una prestación neutra del servicio y, por tanto, no debe poder beneficiarse de las exenciones de responsabilidad estipuladas en el presente Reglamento”.

registro o medio equivalente de identificación en ese registro; e) una certificación del propio comerciante por la que se comprometa a ofrecer exclusivamente productos o servicios que cumplan con las disposiciones aplicables del Derecho de la Unión”.

Y a su vez, la plataforma está obligada a poner esa información a disposición de los usuarios consumidores, de manera clara, fácilmente accesible y comprensible<sup>2</sup>.

La plataforma está obligada a verificar dicha información, para evaluar si es fiable (art. 22.2 LSD) y si obtuviera indicaciones de que algún dato facilitado es inexacto o incompleto, instará al comerciante para que corrija dicha información, sin dilación o conforme al plazo que se marque en la norma europea o nacional. Si el comerciante no completa o corrige la información inexacta, la plataforma deberá suspender la prestación del servicio de intermediación hasta que el comerciante enmiende la información.

Para cumplir con esta obligación, se requiere una actitud cooperadora entre plataforma y comerciante, dado que éste ha de facilitar la información prevista, pero al propio tiempo la plataforma diseñará y organizará su interfaz en línea de manera que los comerciantes puedan cumplir con sus obligaciones en relación con la información precontractual y la información de seguridad del producto en virtud del Derecho de la Unión aplicable (art. 22.7 LSD).

Con respecto a los usuarios consumidores, se refuerza la obligación de informar, desde tres perspectivas:

- En primer lugar y en relación con la obligación de cotejar la identidad del usuario profesional, lo que se ha dado en llamar “la trazabilidad del comerciante”<sup>3</sup>, es decir, proveer al usuario consumidor de la información necesaria para que conozca la identidad del profesional con quien contrata y desde qué país se está contratando (pese a ello, esta regla ya se contiene en el Reglamento UE 2019/1150).
- En segundo lugar, reforzar los requisitos de información general al consumidor, especialmente en relación con los arts. 6 y 10 Directiva Comercio electrónico<sup>4</sup>.
- Y por último, se debe informar al consumidor en aquellos casos en que interactúen con la toma de decisiones automatizada, especialmente si han de solicitar la reparación de un daño, o deben solicitar que se realicen comprobaciones y

---

<sup>2</sup> Art. 22.6 LSD.

<sup>3</sup> Que se detalla en el art. 22 Prop. Reglamento LSD.

<sup>4</sup> Véase el apartado V, nº 1 de la Resolución (272) del Parlamento Europeo de 20 de octubre ya citada.

correcciones de posibles errores<sup>5</sup> y para ello deben estar informados sobre cómo ponerse en contacto con un ser humano con poderes de decisión.

Esta obligación de conocer la identidad relativa al comerciante, y de trasladar dicha información al usuario consumidor, es una novedad de la LSD. Implica un paso más con respecto al art. 6.bis Directiva 2011/83, que obligaba a la plataforma a informar si el usuario oferente era un profesional o no, (art. 6 bis. 1.b) y el reparto de obligaciones entre plataforma y usuario oferente frente al consumidor (art. 6 bis.1.d).

### **2.3. LA STS (SALA 3ª) DE 30 DICIEMBRE DE 2020: LA CONFUSIÓN Y MALINTERPRETACIÓN DEL RÉGIMEN DE RESPONSABILIDAD**

*Homeaway Spain*, S.L.U. (en la actualidad *Vrbo Spain*) recurrió en alzada contra la resolución del Secretario de Empresa y Competitividad de la Generalitat de Catalunya de 28 de mayo de 2015 en la que se se ordenaba a Homeaway Spain, S.L.U. proceder en el plazo de 15 días al bloqueo, supresión o suspensión definitivamente de la página web [www.homeaway.es](http://www.homeaway.es) o cualquier otra web que pueda utilizar en iguales términos de todo el contenido relativo a empresas y establecimientos de alojamiento turístico localizados en Cataluña en el que no conste el número de inscripción en el Registro de Turismo de Cataluña, bajo apercibimiento de multa coercitiva. Recurrída dicha resolución, la Sala de lo Contencioso-Administrativo (Sección Quinta) del Tribunal Superior de Justicia de Cataluña dictó sentencia de fecha 5 de octubre de 2018<sup>6</sup>, desestimatoria del recurso promovido por *Homeaway Spain*, S.L.U. contra la resolución del Secretario de Empresa y Competitividad de la Generalitat de Catalunya de 28 de mayo de 2015, por la que se desestimaba el recurso de alzada interpuesto por la demandante frente a la anterior resolución de la Dirección General de Turismo de 13 de enero del mismo año (expte. 27055/2014). En realidad hay una confusión de sentencias del TSJ Cataluña entre la de 30 de abril de 2018 (nº 354/2018)<sup>7</sup> y la de 5 de octubre de 2018 (nº 751/2018), puesto que aun refiriéndose al mismo tema, la de 30 de abril de 2018 resolvía un recurso de la plataforma Niumba (guía de apartamentos Niumba SLU), y la de 5 de octubre 2018 la relativa a *Homeaway Spain*, aunque se trata en ambos casos de plataformas electrónicas que gestionan y publicitan ofertas turísticas sobre apartamentos y alojamientos turísticos.

La Sala de lo Contencioso Administrativo del TSJ Cataluña en sentencia de 30 de abril de 2018 (nº 354/2018)<sup>8</sup> explica adecuadamente el funcionamiento de la plataforma<sup>9</sup>:

---

<sup>5</sup> Véase el principio nº 43 de Resolución Parlamento Europeo mencionada.

<sup>6</sup> En realidad se trató este caso en la STSJ Cataluña de 5 de octubre de 2018.

<sup>7</sup> JUR 2018/175317

<sup>8</sup> En la Sentencia del Supremo, se cita como STSJ Cataluña de 30 de abril de 2018 (nº 354/2018). Extrañamente, hay una segunda STSJ Cataluña, (Sala de lo Contencioso Administrativo, sección 5ª) de 5 de octubre de 2018 (JUR 2018/296882), en la que se desestima el recurso de *Homeaway* y se mantiene

La actora<sup>10</sup> despliega una actividad de intermediación en el sector de alquiler de alojamientos de vacaciones, alojamientos que ofrecen los correspondientes titulares.

Los servicios que presta consisten en incluir la oferta en su web a los efectos de publicitar los alojamientos, gestionar las reservas que recibe de los usuarios finales y someterlas al titular del inmueble (usuario oferente, sea o no profesional). A su vez, percibe el importe del alquiler y un depósito de seguridad mediante una plataforma de pago, depósito que retiene durante un plazo de 48 horas a contar desde la fecha de entrada del cliente en el alojamiento. También contesta las consultas que le dirijan los clientes.

La recurrente recibe de los titulares de los inmuebles una cuota fija anual de 199 euros y un 3% de las reservas que gestione. Los usuarios finales pagan un 6% adicional al precio del alquiler.

A partir de esta descripción del funcionamiento de la plataforma, la STSJ Cataluña llega a la conclusión de que Homeaway despliega un papel activo, perdiendo la neutralidad tecnológica, apoyándose para ello en el Caso Papasavvas del TJUE. Por ello afirma que: “No se da esta situación cuando el operador intermediario despliega un papel activo que le permite adquirir conocimiento o control de los datos que almacena. Una circunstancia esta que sucede, por ejemplo, cuando el operador presta una asistencia consistente en optimizar la presentación de las ofertas de venta o en promover estas ofertas, cuando interviene en la redacción del mensaje comercial que acompaña al enlace promocional o en la selección de las palabras clave en el servicio de referenciación (TJUE, sentencia de 11 de septiembre de 2014, asunto C-291/13)”. “No se puede considerar que el papel del operador se limite a empaquetar y transmitir la información desconectada. Por el contrario, la plataforma ha adjuntado un documento activo sobre el formato y el tráfico de los datos que impedirían la aplicación de la cláusula de exención de responsabilidad sobre los contenidos”.

---

la multa coercitiva (por importe de 2000 euros). En esta sentencia se explica también que la plataforma “posibilita la publicación de un anuncio en 21 páginas web internacionales, desde 10,75 euros al mes, precio que varía según la suscripción que se haga, ofreciendo un sistema de pago seguro, y para las agencias inmobiliarias un precio en función de las propiedades que tengan para alquilar, incluyendo seguidamente información sobre los apartamentos que se encuentran en alquiler”.

<sup>9</sup> La STSJ de Cataluña de 5 de octubre de 2018 (Sala de lo Contencioso Administrativo, sección 5ª, JUR 2018/296882): señala la variedad de servicios que propone la mencionada plataforma: se aportan “las condiciones generales de uso de la web de la recurrente, en cuyo apartado 5, titulado “anuncios y servicios”, se expresa que se ofrecen 5 tipos de suscripciones, cuyas tarifas y condiciones se facilitan en otra página web, para en el apartado 6 ofrecer servicios a los profesionales inmobiliarios, que pueden beneficiarse de condiciones especiales, ofreciendo en el 7 servicios adicionales de pago y de traducción”.

<sup>10</sup> Pese a que estas afirmaciones se contienen tanto en la STSJ Cataluña de 30 de abril 2018 como de 5 de octubre de 2018, creo que se refieren al funcionamiento de Niumba. Para los servicios ofrecidos por Homeaway, vid, la nota anterior.



El TSJ Cataluña considera que la plataforma desarrolla un papel activo, por el que se la considere o no una empresa turística, debe implicar el cumplimiento de la normativa reseñada:

“Pues bien, de las anteriores circunstancias se puede deducir que la actora no se limita a una función neutra o pasiva de mero tratamiento técnico y automático de los datos facilitados por los clientes sino que alcanza un papel determinante, de forma que se constituye en el centro del negocio de alquiler de inmuebles o viviendas de vacaciones, ya que organiza la información bajo una forma que ella misma decide, lleva a cabo la publicidad en los términos que considera oportunos, gestiona las reservas y domina la operación desde el control del flujo económico, esto es, imponiendo su intermediación en el pago.

No se puede considerar en consecuencia que el papel de la actora se limite a almacenar y transmitir una información que desconoce. Al contrario, logra un papel activo en el formato y tráfico de los datos que impide la aplicación de la cláusula de exención de responsabilidades sobre los contenidos.

En definitiva, sea o no la actora una empresa turística, si se dedica a publicitar e intervenir en la contratación turística resulta de aplicación la Ley 13/2002 de Turismo en los términos del artículo 1.2 de esta norma cuando su actividad afecte a Cataluña, independientemente de que además pueda intervenir en alquileres de naturaleza no turística.

El artículo 73 de la Ley de Turismo impone la inscripción en el Registro de Turismo de Cataluña de todas las empresas y establecimientos turísticos regulados en la Ley y la normativa que la despliega, obligación que afecta a los titulares de los inmuebles que se ofrecen para el alquiler de vacaciones. El apartado 5º del mismo precepto dispone específicamente que el número de inscripción en el Registro de Turismo de Cataluña de las empresas y los establecimientos turísticos ha de constar en cualquier tipo de publicidad que los anuncie”.

Con estas afirmaciones, está claro que la Sala de lo Contencioso del TSJ de Cataluña tiene claro el papel activo que despliega la plataforma, que le permitiría imputar responsabilidad a la plataforma.

Además, la propia comunicación de la Dirección General de Turismo (de 13 de mayo de 2015, que origina la sucesión de recursos) sirve para poner en conocimiento de la plataforma el incumplimiento de una obligación por parte de los usuarios oferentes de la misma. Ello permitiría, sin que se le exija un conocimiento previo, que a partir de dicha comunicación, la plataforma actúe para solucionar dicha omisión por parte de sus usuarios oferentes, y si no responden adecuadamente, poder suspender la prestación del servicio, o restringir el acceso a dichas ofertas turísticas.

Por otro lado, no es menos cierto que tal como señala la Sentencia no es esencial determinar para ello, que *Homeaway* sea calificada o no necesariamente como una empresa turística, porque al igual que pasaba en el Caso Uber del TJUE (STJUE 20 diciembre de 2017), aunque en tal supuesto referido a los servicios de transporte, no se configura la empresa como de transportes, sino que el servicio facilitado lo es. Recuérdese que aunque en el caso Uber se dijo que la empresa ha de calificarse de servicio en el ámbito de los transportes, era en relación con conductores

no profesionales, que utilizaban su vehículo particular para ejecutar los desplazamientos, y no con los conductores profesionales<sup>11</sup>. Si se trata de Uber X, que utiliza conductores profesionales y empresas de VTC, aunque no deba cumplir con la normativa y licencias del taxi, ello no obsta para que exista la necesidad de someterse a las licencias administrativas oportunas (de VTC en el caso de Uber). Pese a ello, debe insistirse en la diferencia que supone que en el caso Uber, la plataforma fue considerada como prestadora del contrato de consumo, por entender que era un servicio indisoluble del servicio de intermediación. Es decir, en este caso, se consideró que la plataforma (Uber) ejercía una influencia dominante sobre el servicio de transporte subyacente.

Decía el fallo de dicha STJUE que: “ha de considerarse que un servicio de intermediación, como el del litigio principal, que tiene por objeto conectar, mediante una aplicación para teléfonos inteligentes, a cambio de una remuneración, a conductores no profesionales que utilizan su propio vehículo con personas que desean efectuar un desplazamiento urbano, está indisolublemente vinculado a un servicio de transporte y, por lo tanto, ha de calificarse de «servicio en el ámbito de los transportes», a efectos del artículo 58 TFUE, apartado 1”.

Por lo tanto, se manejan tres cuestiones netamente diferenciadas: 1º) Si la plataforma despliega o no un papel activo con respecto a la gestión de ofertas turísticas de los usuarios oferentes; cuestión a la que se ha de responder afirmativamente. 2º) Si la plataforma es o no una empresa turística por el hecho de gestionar ofertas turísticas; y 3º) Si la plataforma ejerce o no una influencia dominante sobre el contrato subyacente de alquiler turístico.

La STSJ Cataluña de 30 de abril de 2018 responde afirmativamente a la primera cuestión, al considerar, que la plataforma asume un papel activo en la gestión de la información recibida para colgar las ofertas turísticas en su tablón de anuncios.

En cuanto a si por ello, la plataforma debe ser catalogada como empresa turística, no es lo importante para el TSJ de Cataluña (como también señala en STSJ Cataluña de 5 de octubre de 2018, sobre la misma cuestión), sino que “en definitiva, sea o no una empresa turística, si se dedica a la publicidad y a la intervención en contratos turísticos, la Ley 13/2002 de Turismo es aplicable en los términos del artículo 1.2 de esta ley a su actividad que afecta a Cataluña, con independencia de que también pueda intervenir en relación con alojamientos no turísticos”.

La plataforma debe por lo tanto, respetar el cumplimiento de la Ley de Turismo catalana: “El artículo 73 de la Ley de turismo impone la inscripción en el Registro de Turismo de Cataluña de todas las empresas y los establecimientos turísticos regulados por la Ley y la normativa que la despliega, obligación que afecta a los titulares de los inmuebles que se ofrecen para el alquiler de vacaciones. El apartado 5º del mismo precepto dispone específicamente que el número de inscripción en el Registro de

---

<sup>11</sup> Por ello señalaba el fallo de la STJUE que: “En consecuencia, un servicio de esta índole está excluido del ámbito de aplicación del artículo 56 TFUE, de la Directiva 2006/123 y de la Directiva 2000/31”.

turismo de Catalunya de las empresas y los establecimientos turísticos debe constar en toda publicidad que se anuncie. No hay duda de que la actora hace publicidad de los inmuebles en cuestión, de forma que queda afectada por el anterior mandato legal”.

Con respecto a la tercera cuestión lo que da pie, son las afirmaciones contenidas en el Fundamento Jurídico Segundo de la STSJ de Cataluña de 30 abril 2018: “De las anteriores circunstancias se puede deducir que la actora no se limita a una función neutra o pasiva de tratamiento técnico y automático de los datos facilitados por los clientes, sino que asume un papel determinante, de forma que se constituye en el centro del negocio de alquiler de inmuebles o viviendas de vacaciones, ya que organiza la información de la forma que decida, publicita en los términos que considere oportunos, gestiona las reservas y domina la operación desde el control del flujo económico, es decir, imponiendo su intermediación en el pago. Por lo tanto, no se puede considerar que el papel del operador se limite a empaquetar y transmitir la información desconectada”. Aun siendo desafortunada la expresión, el TSJ Cataluña se está refiriendo a la asunción del papel activo y no a la existencia o no de una influencia dominante, que llegue a hacer indisociable la intermediación de la oferta y la prestación del servicio de alojamiento turístico.

En definitiva, las Sentencias del TSJ de Cataluña muestran una clara tendencia a exigir el cumplimiento de la normativa turística en la Comunidad Autónoma, incluyendo la información necesaria, y por lo tanto, el número de inscripción en el Registro de Alojamientos turísticos como exige el art. 73.5 Ley 13/2002, y que éste conste en cualquier publicidad que se haga sobre dichos alojamientos, aunque esta publicidad se realice mediante plataformas electrónicas intermediarias. (como Niumba, *Homeaway* o similares).

El TS en su Sentencia de 30 diciembre de 2020 rompe con esta tendencia, al casar la Sentencia del TSJ Cataluña, y estimar el recurso de *Homeaway*. Resulta llamativa la confusión, dado que cuando se cuestiona la neutralidad o no de la plataforma en la gestión de las ofertas publicitarias, el TS confunde el papel activo de la plataforma con lo que el TJUE llama la influencia dominante, en el que ya no se trata de que sea intermediaria la plataforma, sino que responde por el servicio subyacente.

Y por ello, el TS afirma, en consonancia con la Sentencia del caso Airbnb (STJUE 19 diciembre de 2019) que no existe influencia dominante en la actuación de la plataforma con respecto a la prestación del servicio subyacente de consumo (el alojamiento turístico), ni siquiera por la existencia de prestaciones adicionales (servicios de pago, traducción de anuncios, etc), que no desvirtúan la naturaleza y el servicio de intermediación que realiza la plataforma.

Señala el TS que: “Es predicable del caso presente la consideración de que por muy relevante que sea hoy la labor de las plataformas de intermediación de la sociedad de la información para las actividades subyacentes (compraventa de todo tipo de productos, bien en plataformas especializadas, bien en otras generalistas), las prestaciones que ofrecen no constituyen por lo general un instrumento imprescindible para dichas actividades subyacentes, que cuentan con

los restantes instrumentos y cauces para su realización. Así, como subraya el Tribunal de Justicia, en la materia que nos ocupa de alquiler de viviendas, tanto arrendadores como arrendatarios «disponen de otros muchos cauces, algunos de los cuales existen desde hace mucho tiempo, como las agencias inmobiliarias, los anuncios clasificados en papel o en formato electrónico o incluso los sitios web de alquiler de inmuebles».

“No cabe duda de que lo mismo es preciso concluir respecto de las prestaciones adicionales que se describen por la Sala de instancia aquí recurrida y que hemos reproducido más arriba y que, sin embargo, llevan a dicha Sala a afirmar que hacen que la labor de intermediación se constituya en el «centro del negocio de alquiler de inmuebles o viviendas de vacaciones». Se trata, por el contrario, de prestaciones accesorias que no desvirtúan la naturaleza del servicio de intermediación consistente en poner en contacto a arrendadores y arrendatarios de viviendas vacacionales, y no se transforma en un negocio de arrendamiento de tales viviendas. En definitiva, dichas prestaciones no transforman la prestación de intermediación en otra de arrendamiento de alojamientos vacacionales”.

Esta confusión del TS en la distinción entre la existencia o no de un papel activo en la gestión de ofertas, que hace perder la neutralidad tecnológica a la plataforma, y por lo tanto responder por los contenidos que gestiona, y que la plataforma tenga influencia dominante (esto es que se la considere la única existente, y que presta no sólo la intermediación sino también el servicio subyacente) lleva al TS a estimar el recurso de *Homeaway* y equivocarse en su fallo: “La conclusión de todo lo dicho en el presente fundamento es que la actividad desarrollada por *Homeaway Spain* es una labor de intermediación propia de la sociedad de la información y queda regulada por la Directiva 2000/31/CE y la Ley nacional 34/2002, ambas normas reguladoras de los servicios de la sociedad de la información y el comercio electrónico, y no por la legislación sectorial de alojamientos turísticos”. Estamos totalmente de acuerdo en que *Homeaway* realiza una labor de intermediación, y que está sujeta a la normativa de Servicios de la Sociedad de la Información, pero disintimos en que no deba respetar la legislación sectorial de alojamientos turísticos, en el sentido de respetar la obligación de incluir en las ofertas turísticas el número de inscripción en el Registro de alojamientos turísticos del titular del inmueble ofrecido (art. 73.5 Ley 3/20002, catalana de Turismo). Es una información obligatoria que debe respetarse, como debe respetarse el contenido de la información del art. 97 TRLCU en las ofertas que se realicen a través de plataformas electrónicas.

El art. 22 LSD viene a saldar esta distorsión creada por el TS, convirtiendo en obligación de la plataforma la necesidad de verificar la identidad del comerciante y el cumplimiento de las obligaciones con respecto a los consumidores, y trasladar dicha información a los usuarios finales a través de su página web.



Este obra está bajo una  
[licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)