
URÍA MENÉNDEZ

Nuevas obligaciones para plataformas
B2B2C: el Reglamento europeo sobre el
fomento de la equidad y la transparencia

11 de julio 2019

Índice

Introducción	3
Ámbito de aplicación.....	5
Principales novedades	6
Conclusión	11
Abogados de contacto	12

Introducción

Hoy, 11 de julio de 2019, se ha publicado en el DOUE el nuevo [Reglamento del Parlamento Europeo y del Consejo sobre el fomento de la equidad y la transparencia para las empresas que utilizan servicios de intermediación en línea](#) (el “**Reglamento**”).

El Reglamento, que entrará en vigor a los 20 días de su publicación, resultará de aplicación directa a todos los Estados Miembros de la UE a partir del 12 de julio de 2020, y, tratándose de un reglamento, sin necesidad de que sea traspuesto por una norma nacional. Este periodo transitorio de un año entre la entrada en vigor y el inicio de aplicación de la norma es buena muestra de la relevante adaptación de sus procesos que deberán realizar las empresas que prestan servicios de intermediación en línea y motores de búsqueda.

El Reglamento forma parte de la Estrategia para el Mercado Único Digital de la UE. Según su Exposición de Motivos, la creciente intermediación de las transacciones a través de servicios en línea –y sus efectos de red– han puesto de manifiesto un aumento de la dependencia de los usuarios profesionales respecto de los proveedores de servicios de intermediación en línea y, en algunos casos, de los proveedores de motores de búsqueda. Este contexto ha propiciado la proliferación de prácticas que se estiman perjudiciales para los intereses legítimos de los usuarios profesionales (*i.e.* particulares que actúan en el marco de una actividad comercial o personas jurídicas que ofrecen bienes o servicios a consumidores a través de servicios de intermediación en línea).

En este escenario, el Reglamento persigue la creación de un entorno digital más previsible, equitativo y transparente para las empresas y los comerciantes que utilicen plataformas en línea y motores de búsqueda. Para conseguirlo, establece importantes obligaciones para las empresas que prestan estos servicios de la sociedad de la información, no sin dejar de advertir, sin embargo, acerca de la necesidad de reconocer y preservar el gran potencial de innovación de la economía de plataformas y sus beneficios para una competencia sana y un mayor ámbito de decisión para los consumidores.

El Reglamento se autoproclama norma pionera en la regulación de estas cuestiones. Aunque, ciertamente, el desarrollo normativo a nivel de la UE contra prácticas desleales entre profesionales ha sido tradicionalmente menor, no es menos cierto que algunos de los comportamientos unilaterales y

prácticas comerciales que aborda el nuevo Reglamento ya han sido objeto de tratamiento, de forma más o menos directa, por la normativa nacional de algunos Estados Miembros. En España, por ejemplo, a través de la Ley 7/1998, de 13 de abril, sobre condiciones generales de la contratación y, muy especialmente, de la Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal, mediante varios de sus tipos, incluyendo, en particular, el relativo a los actos de competencia desleal por abuso de situación de dependencia económica, extensamente interpretado por nuestra jurisprudencia. El Reglamento, en cualquier caso, establece expresamente que se aplica sin perjuicio del derecho de la Unión y normativa nacional que prohíba o sancione comportamientos unilaterales o prácticas comerciales desleales en la medida en que los aspectos pertinentes no sean objeto del Reglamento.

Ámbito de aplicación

El Reglamento es de aplicación a:

- (i) proveedores de servicios de intermediación en línea –e.g. mercados virtuales (*market places*), servicios de software en línea y servicios de redes sociales en línea– (“PSI”); y
 - (ii) proveedores de motores de búsqueda (“PMB”),
- con independencia de dónde estén establecidos o residan y cualquiera que fuese la ley aplicable...
-

...que faciliten o cuyos servicios se propongan a:

- (i) usuarios profesionales; y
- (ii) usuarios de sitios web corporativos, respectivamente,

cuyo lugar de establecimiento o domicilio se sitúe en la Unión y que, por medio de servicios de intermediación en línea o motores de búsqueda, ofrezcan bienes o servicios a los consumidores ubicados en la Unión.

Esto es, en línea con el Reglamento (UE) 2016/679 General de Protección de Datos (“RGDP”), el ámbito de aplicación de la norma no viene determinado por el domicilio del prestador de los servicios sino por el de los destinatarios de tales servicios, siendo por consiguiente de aplicación a PSIs y PMBs establecidos fuera de la Unión que presten u ofrezcan sus servicios a usuarios profesionales y usuarios de sitios web corporativos establecidos en la Unión, en la medida en que estos ofrezcan bienes y servicios a los consumidores de la Unión.

*Quedan expresamente excluidos de la aplicación del Reglamento: (i) los servicios de pagos en línea; (ii) las herramientas de publicidad en línea; y (iii) las plataformas de intercambios publicitarios en línea cuya finalidad sea propiciar el inicio de transacciones directas y que no implique una relación contractual con consumidores.

Principales novedades

La mayoría de las disposiciones del Reglamento se establecen como respuesta a determinadas prácticas o problemas detectados en el marco de las relaciones P2B o B2B2C desarrolladas en la Unión. El siguiente es un resumen de las situaciones que se pretenden corregir y de las nuevas obligaciones establecidas como remedios.

1. Falta de claridad y cambios repentinos en los términos y condiciones

El Reglamento establece determinadas obligaciones para asegurar (i) que los PSI facilitan términos y condiciones claros y de fácil acceso, y (ii) que comunican con carácter previo y antelación suficiente los cambios a sus condiciones generales de servicio.

- Las condiciones generales de los PSI deberán cumplir con los siguientes requisitos:
 - estar redactadas de manera sencilla y comprensible;
 - estar disponibles para los usuarios profesionales en todas las etapas de la relación contractual;
 - estipular las razones en las que se basen las decisiones de suspender, terminar o restringir de cualquier otro modo la prestación de servicios;
 - incluir información sobre canales de distribución adicionales y posibles programas asociados a través de los cuales el PSI pueda comercializar bienes o servicios ofrecidos por los usuarios profesionales; e
 - incluir información sobre el modo en que se afecte a la titularidad y control de los derechos de propiedad intelectual de los usuarios profesionales.
- Salvo ciertas excepciones, toda modificación de las cláusulas generales deberá ser notificada con, al menos, 15 días de antelación. El plazo deberá ser superior cuando sea necesario para permitir a los usuarios profesionales realizar ajustes técnicos o comerciales para cumplir con las modificaciones. Dentro de este plazo, el usuario tendrá derecho a renunciar al periodo de notificación o a resolver el contrato.
- Las condiciones generales que no cumplan con estos requisitos se considerarán nulas.

2. Falta de transparencia respecto de los motivos que pueden ser causa de la suspensión o terminación de los servicios

- Los PSI que decidan terminar, restringir o suspender para una determinada empresa sus servicios deberán informarle de los motivos en un soporte duradero. La obligación de información se establece con más o menos preaviso en función de que afecte a algunos bienes o servicios concretos o a todo el servicio de intermediación.
- El usuario profesional deberá tener la oportunidad de aclarar los hechos y circunstancias que motivaron la restricción, suspensión o terminación a través del procedimiento interno de reclamaciones.

3. Falta de transparencia en las condiciones de clasificación (*ranking*)

- Las condiciones generales de los PSI que usen mecanismos de clasificación (preeminencia relativa atribuida a los bienes o servicios o relevancia atribuida a los resultados de búsqueda, tal y como los proveedores de servicios los presentan, organizan o comunican) deberán mencionar los parámetros principales que rigen la clasificación y los motivos por los que aquellos cuentan con una importancia relativa superior a otros (incluyendo la posibilidad de influir mediante remuneración directa o indirecta al PSI). Los PMB deberán exponer también los parámetros más significativos que utilicen para determinar la clasificación y la importancia relativa de esos parámetros.
- Esta obligación, naturalmente, provoca una clara tensión respecto del bien jurídico aquí protegido y el legítimo derecho de los proveedores de servicios a preservar como secretos empresariales sus algoritmos y otras herramientas de clasificación.
- El Reglamento, aunque advierte que tal tensión no puede justificar una negativa de los proveedores de servicios a revelar los parámetros principales que su determinan su ranking, aclara que no precisarán revelar sus algoritmos y encomienda a la Comisión que trabaje en unas directrices interpretativas para acompañar de orientaciones las nuevas obligaciones previstas en materia de clasificación.

4. Bienes y servicios auxiliares y tratamiento diferenciado

- Cuando se ofrezcan bienes o servicios auxiliares –incluidos productos financieros– a los consumidores mediante los servicios de intermediación en línea, el PSI deberá incluir en sus condiciones generales una descripción del tipo de bienes y servicios auxiliares ofrecidos por él o por un tercero. Además, deberá aclarar si el usuario profesional está también autorizado a ofrecer sus propios bienes y servicios auxiliares, adicionalmente al bien o servicio principal que esté ofreciendo a través de los servicios de intermediación en línea.
- Los PSI y los de PMB deberán incluir también en sus condiciones generales una descripción de todo trato diferenciado que den o puedan dar en relación con sus propios bienes y servicios o los de otros usuarios profesionales o sitios web que estén bajo su control; así como respecto de los de otros usuarios profesionales o sitios web corporativos.

5. Falta de claridad en las políticas de acceso a datos personales

Sin perjuicio de la aplicación del RGPD y de las Directivas (UE) 2016/680 y 2002/58/CE en materia de privacidad en los tratamientos por autoridades públicas y en las comunicaciones electrónicas, respectivamente, los PSI deberán incluir determinada información en sus términos y condiciones sobre el acceso técnico y contractual, o la falta de éste, que tengan los profesionales a los datos personales o no personales que proporcionen los usuarios profesionales o los consumidores para utilizar los servicios de intermediación, o que se generen a través de la prestación de los servicios.

6. Restricciones a la oferta de condiciones diferentes por otros medios (*most-favored-nation clauses*)

Si los PSI restringen la capacidad de los usuarios profesionales de ofrecer los mismos bienes y servicios a los consumidores en condiciones distintas empleando medios distintos, deberán explicar los motivos que justifiquen esa restricción y los pondrán fácilmente a disposición del público.

7. Resolución de incidencias

Se prevén tres nuevos mecanismos que deberán facilitar la resolución de controversias e incidencias entre PSI/PMB y usuarios profesionales:

Mecanismos internos de resolución de controversias e incidencias

Los PSI –salvo aquellos que tengan la condición de pequeñas empresas según el Anexo de la Recomendación 2003/361/CE– deberán establecer un sistema interno para tramitar reclamaciones de los usuarios profesionales. Este mecanismo deberá ser gratuito y garantizar la tramitación dentro de un plazo razonable, así como su adecuación a los principios de transparencia, igualdad y proporcionalidad.

Mediación

- Los PSI deberán designar también, en sus condiciones generales, a dos o más mediadores con los que estén dispuestos a colaborar para llegar a acuerdos y que cumplan con determinadas condiciones. Esta mediación es de carácter voluntario y los PSI deberán soportar una parte razonable de los costes de mediación.
- La Comisión fomentará que los PSI creen organizaciones especializadas que presten servicios de mediación para facilitar la resolución extrajudicial de litigios.

Legitimación activa de asociaciones y organizaciones

En cualquier momento del proceso de mediación, antes o después, podrá iniciarse un proceso judicial contra los PSI y los PMB, según sea el caso. Las organizaciones y asociaciones que posean un interés legítimo de representación de usuarios profesionales o usuarios de sitios web corporativos, así como los organismos públicos de los Estados Miembros, tendrán legitimidad para ejercitar acciones ante los órganos jurisdiccionales nacionales competentes de la Unión para impedir o prohibir cualquier incumplimiento del Reglamento.

8. Falta de supervisión de los conflictos surgidos en el ámbito regulado

La Comisión evaluará cada tres años el Reglamento con la ayuda de información proporcionada por los Estados Miembros y los dictámenes e informes emitidos por el grupo de expertos del Observatorio de la Economía de las Plataformas en Línea, establecido de acuerdo con la Decisión C(2018)2393 de la Comisión.

9. Cumplimiento

El Reglamento delega en los Estados Miembros el establecimiento de las normas que determinen las medidas aplicables a los supuestos de infracción, con la pauta de que sean eficaces, proporcionadas y disuasorias.

Conclusión

El cumplimiento del Reglamento requerirá de importantes adaptaciones en el proceso de prestación de servicios de los PSI y PMB, incluyendo, sin ánimo de exhaustividad, la revisión y adaptación de las condiciones de sus propios prestadores de servicios subyacentes al negocio de intermediación; el diseño y la implementación de nuevos procedimientos y pasos en la contratación y su documentación de soporte; la revisión del registro de tratamientos de datos personales y de la información agregada generada por el negocio y sus términos de utilización; la redacción consecuente de nuevos términos y condiciones del servicio y de nuevas políticas de privacidad; y la puesta en marcha de nuevos mecanismos internos de resolución de controversias de conformidad con todo ello.

Estas actuaciones deberán realizarse, siempre, caso por caso, prestando particular atención al concreto modelo de negocio y a los destinatarios de los bienes y servicios de los clientes profesionales para poder dar la mejor respuesta posible a las necesidades de la plataforma desde la perspectiva conjunta de las distintas áreas jurídicas involucradas, esto es: propiedad intelectual y competencia desleal; condiciones generales de la contratación y consumidores; protección de datos y privacidad; defensa de la competencia; y derecho procesal (resolución extrajudicial de conflictos).

Abogados de contacto



Núria Porxas

Counsel

+34 93 416 51 62

nuria.porxas@uria.com



Leticia López-Lapuente

Socia

+34 91 586 01 31

leticia.lopez-lapuente@uria.com

**BARCELONA
BILBAO
LISBOA
MADRID
PORTO
VALENCIA
BRUXELLES
LONDON
NEW YORK
BOGOTÁ
CIUDAD DE MÉXICO
LIMA
SANTIAGO DE CHILE
BEIJING**

www.uria.com

La información contenida en esta publicación es de carácter general y no constituye asesoramiento jurídico