

# Sumario

Página

PRÓLOGO .....	25
---------------	----

## MARCO JURÍDICO GENERAL DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES

### CAPÍTULO 1

<b>CAMBIOS NORMATIVOS EN TORNO A LA RESPONSABILIDAD DE LAS PLATAFORMAS ELECTRÓNICAS DE INTERMEDIACIÓN .....</b>	<b>31</b>
---	-----------

AINHOA FERNÁNDEZ GARCÍA DE LA YEDRA

<b>I. Introducción .....</b>	<b>31</b>
<b>II. Plataformas como prestadoras de un servicio de intermediación electrónica .....</b>	<b>34</b>
<b>III. Régimen de exención de responsabilidad de la Directiva 2000/31 .....</b>	<b>37</b>
1. <i>Tipología de servicios y presupuestos de exención .....</i>	<i>37</i>
2. <i>¿Encajan las plataformas en la función de mero almacenamiento de datos? .....</i>	<i>39</i>
<b>IV. La exención de responsabilidad según la Propuesta en la Ley de Servicios Digitales .....</b>	<b>42</b>
1. <i>Previo: definición de plataforma en línea .....</i>	<i>42</i>
2. <i>Novedades en los presupuestos de exención de responsabilidad ....</i>	<i>43</i>
3. <i>Breve referencia a las normas de diligencia debida y mecanismos de control: ¿normas accesorias en materia de responsabilidad? .....</i>	<i>45</i>

	<u>Página</u>
V. Conclusiones .....	46
VI. Bibliografía .....	47

## CAPÍTULO 2

<b>EL ALERTADOR FIABLE COMO NOTIFICADOR DE CONTENIDO ¿ILÍCITO? EN LA RED .....</b>	<b>49</b>
--	-----------

JOSÉ JUAN CASTELLÓ PASTOR

I. Búsqueda de la soberanía digital europea .....	49
II. Servicios digitales transfronterizos en la Unión Europea: consideraciones generales de la propuesta de Reglamento relativo a un mercado único de servicios digitales .....	53
1. Objeto y ámbito de aplicación .....	54
2. De las exenciones de responsabilidad a la amplia gama de nuevas obligaciones de diligencia debida y transparencia .....	56
III. El sempiterno dilema de la remoción de contenidos ¿ilícitos? en la red .....	59
1. El mecanismo de “notificación y acción” de contenidos ilícitos en la red .....	60
2. El alertador fiable como notificador de ilícitos en la red .....	63
3. El intermediario como vigilante voluntario del contenido en su servidor .....	64
IV. Bibliografía .....	67

## CAPÍTULO 3

<b>THE LEGAL FRAMEWORK OF COLLABORATIVE ECONOMY .....</b>	<b>71</b>
---	-----------

ANABELA SUSANA DE SOUSA GONÇALVES

I. Collaborative economy .....	71
II. Collaborative platforms and regulatory models .....	74
III. International challenges for regulatory framework .....	75
IV. Bibliography .....	80

## CAPÍTULO 4

**PLATAFORMAS PARA EL SUMINISTRO DE CONTENIDOS Y SERVICIOS DIGITALES: REFLEXIONES DE LA DIRECTIVA (UE) 770/2019 .....** 83

MÓNICA GARCÍA GOLDAR

<b>I.</b>	<b>Introducción: la DCSD como hito .....</b>	<b>84</b>
<b>II.</b>	<b>Principales características de la DCSD en relación con el ámbito de aplicación .....</b>	<b>85</b>
	1. <i>Naturaleza de lex generalis .....</i>	86
	2. <i>Correlación con la Directiva 2019/771 .....</i>	88
	3. <i>Norma de armonización plena .....</i>	90
<b>III.</b>	<b>De forma concreta: el ámbito de aplicación .....</b>	<b>91</b>
	1. <i>El ámbito de aplicación subjetivo .....</i>	91
	2. <i>El ámbito de aplicación objetivo .....</i>	95
	2.1. <i>En primer lugar, los contratos .....</i>	95
	2.2. <i>En segundo lugar, para el suministro .....</i>	97
	2.3. <i>En tercer lugar, de contenidos y servicios digitales .....</i>	98
	2.4. <i>En cuarto lugar, a cambio de un precio o de datos personales .....</i>	103
	2.5. <i>En último lugar, sobre determinados aspectos .....</i>	108
<b>IV.</b>	<b>Conclusiones .....</b>	<b>109</b>
<b>V.</b>	<b>Bibliografía .....</b>	<b>110</b>

## CAPÍTULO 5

**LA PROPUESTA DE REGLAMENTO DE MERCADOS DIGITALES (“DIGITAL MARKETS ACT”): UNA APROXIMACIÓN JURÍDICA .....** 115

APOL·LÒNIA MARTÍNEZ NADAL

<b>I.</b>	<b>Introducción: la propuesta de Reglamento de Mercados Digitales .....</b>	<b>115</b>
-----------	---	------------

II.	Ámbito subjetivo: la noción de “guardián de acceso” (“gatekeeper”) .....	119
III.	Contenido de la regulación: nuevas obligaciones y prohibiciones para los guardianes de acceso .....	124
IV.	Régimen sancionador .....	128
V.	Conclusiones: valoración crítica y futuro de la propuesta .....	128
VI.	Bibliografía .....	133

## CAPÍTULO 6

LOS “MERCADOS” DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES DE ECONOMÍA COLABORATIVA: ¿ES REALMENTE NECESARIA UNA REDEFINICIÓN DEL CONCEPTO DE MERCADO DE REFERENCIA? .....	135
---	-----

VANESSA JIMÉNEZ SERRANÍA

I.	Introducción: economía colaborativa <i>rectius</i> economía de plataforma .....	135
II.	La redefinición de mercado relevante en la economía de plataforma .....	137
	1. <i>El concepto de mercado bilateral</i> .....	137
	2. <i>La adecuación del concepto de mercado bilateral en la economía de plataforma</i> .....	140
III.	La definición del mercado relevante en la economía colaborativa .....	142
	1. <i>Aspectos generales relevantes</i> .....	142
	2. <i>Casos de estudio</i> .....	143
	2.1. Plataformas de reparto a domicilio .....	143
	2.2. Plataformas de transporte de viajeros .....	147
IV.	Conclusiones .....	148

## CAPÍTULO 7

**LOS RETOS DEL DERECHO DE LA COMPETENCIA EN LA ECONOMÍA DE PLATAFORMAS** ..... 151

ELENA CRISTINA TUDOR

I.	Las plataformas digitales y los mercados <i>winner-take-all</i> ....	151
II.	¿Qué tienen las plataformas digitales para debatirse tanto sobre ellas? .....	153
III.	Propuestas legislativas. Una especial referencia a la DMA .....	157
IV.	Big-data y problemas de libre competencia .....	161
V.	Bibliografía .....	166

**PLATAFORMAS DIGITALES DE ALOJAMIENTO:  
ASPECTOS JURÍDICOS**

## CAPÍTULO 8

**LUCES Y SOMBRAS EN LA REGULACIÓN DEL ALQUILER TURÍSTICO VACACIONAL** ..... 171

JUAN FLAQUER RIUTORT

I.	Consideraciones de carácter preliminar .....	171
II.	Marco legal de referencia .....	174
III.	Estado de la cuestión en nuestra jurisprudencia .....	175
	1. <i>La posición del Tribunal Superior de Justicia de las Islas Baleares</i> .....	175
	2. <i>La posición del Tribunal Superior de Justicia de Cataluña</i> ....	177
	3. <i>La posición del Tribunal Supremo</i> .....	179
IV.	Nuestra posición .....	181
V.	Perspectivas de futuro y reflexión final .....	188
VI.	Bibliografía .....	191

## CAPÍTULO 9

<b>ANÁLISIS DE LAS CLÁUSULAS DE LEY APLICABLE INSERTAS EN LAS CONDICIONES GENERALES DE LAS PLATAFORMAS DE ALOJAMIENTO VACACIONAL Y SU INCIDENCIA SOBRE LOS CONSUMIDORES .....</b>		<b>193</b>
JOSEP GUNNAR HORRACH ARMO		
<b>I.</b>	<b>Introducción .....</b>	<b>194</b>
<b>II.</b>	<b>La ley aplicable a los contratos de consumo .....</b>	<b>195</b>
	1. <i>El Reglamento Roma I y las condiciones de aplicabilidad del artículo 6 RRI .....</i>	<i>195</i>
	2. <i>La habilitación legal para imponer cláusulas de ley aplicable: el art. 6.2 RRI .....</i>	<i>197</i>
<b>III.</b>	<b>Fuentes aplicables para determinar la validez de las cláusulas de ley aplicable .....</b>	<b>198</b>
	1. <i>Contextualización de las distintas fuentes aplicables .....</i>	<i>199</i>
	2. <i>Prelación de las fuentes aplicables .....</i>	<i>202</i>
<b>IV.</b>	<b>Cláusulas abusivas derivadas de la DCA y del TRLGDCU con incidencia sobre la validez de las cláusulas de ley aplicable .....</b>	<b>204</b>
	1. <i>Cláusulas abusivas previstas en los arts. 80 y ss. del TRLGDCU .....</i>	<i>204</i>
	2. <i>Análisis específico del art. 90.3 TRLGDCU .....</i>	<i>205</i>
<b>V.</b>	<b>Análisis de las cláusulas de ley aplicable insertas en las condiciones generales de las PAV .....</b>	<b>208</b>
	1. <i>Airbnb .....</i>	<i>209</i>
	2. <i>Vrbo .....</i>	<i>210</i>
	3. <i>Wimdu .....</i>	<i>211</i>
	4. <i>Booking .....</i>	<i>212</i>
<b>VI.</b>	<b>Conclusiones .....</b>	<b>212</b>
<b>VII.</b>	<b>Bibliografía .....</b>	<b>213</b>

## CAPÍTULO 10

<b>PARITY CLAUSES AND ONLINE TRAVEL AGENCIES: AN ITALIAN PERSPECTIVE</b> .....	215
--	-----

VALERIO D'ALESSANDRO

<b>I. Introduction. Online Travel Agencies and their business model</b> .....	215
<b>II. Parity clauses: origin, definition, and types. Potential anti-competitive effects</b> .....	217
<b>III. The legal treatment of hotel parity clauses under the Italian Law. Regulation (EU) 2019/1150</b> .....	219
<b>IV. Bibliography</b> .....	222

## CAPÍTULO 11

<b>PLATAFORMAS DIGITALES DE ALOJAMIENTO: ¿OFRECEN PRESTACIONES CONSTITUTIVAS DE SERVICIOS DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN O DEL SERVICIO SUBYACENTE DE ALOJAMIENTO?</b> .....	225
--	-----

M.<sup>a</sup> DEL MAR BUSTILLO SAIZ

<b>I. Premisas</b> .....	225
<b>II. La mediación de la plataforma de alojamiento como servicio de la sociedad de la información</b> .....	230
<b>III. El servicio de mediación electrónica no es parte de un servicio global cuyo elemento principal sea un servicio subyacente de alojamiento</b> .....	232
1. <i>¿Crea Airbnb un mercado u oferta de servicios de alojamiento temporal?</i> .....	233
2. <i>¿Organiza Airbnb el funcionamiento general del servicio de alojamiento?</i> .....	234
3. <i>El contrato de mediación o corretaje en el contexto de las plataformas digitales</i> .....	237
4. <i>¿Responsabilidad del prestador de servicios de la sociedad de la información por la oferta ilegal de alojamientos?</i> .....	240
<b>IV. Bibliografía</b> .....	242

## OTRAS PLATAFORMAS: DE INTERCAMBIO DE CONTENIDOS, DE SERVICIOS FINANCIEROS, ENTRE OTRAS

### CAPÍTULO 12

<b>LAS CARGAS DEL USUARIO DE SERVICIOS DE MÚSICA EN CONTINUO (STREAMING). ALGUNAS CONSIDERACIONES DESDE LA PERSPECTIVA DE LA NUEVA NORMATIVA EUROPEA .....</b>	<b>247</b>
--	------------

FRANCISCA MARÍA ROSSELLÓ RUBERT

<b>I. Introducción. Breve descripción del servicio digital de música en continuo .....</b>	<b>248</b>
<b>II. Diferentes configuraciones de las condiciones generales según la remuneración del usuario .....</b>	<b>250</b>
<b>III. La cesión de datos personales como obligación común para todo usuario de servicios de música en continuo .....</b>	<b>251</b>
<b>IV. Prestaciones de música en continuo defectuosas: entre las cláusulas de exención de responsabilidad y la Directiva 2019/770 .....</b>	<b>255</b>
<b>V. Empresarios suscriptores de música en continuo: breves notas .....</b>	<b>258</b>
<b>VI. Conclusiones .....</b>	<b>259</b>
<b>VII. Bibliografía .....</b>	<b>260</b>

### CAPÍTULO 13

<b>ENTORNO CONTROLADO DE PRUEBAS DE LOS PROYECTOS FINTECH Y BREVE REFERENCIA A LAS PLATAFORMAS DE FINANCIACIÓN PARTICIPATIVA .....</b>	<b>267</b>
--	------------

JUDITH MORALES BARCELÓ

<b>I. Introducción .....</b>	<b>267</b>
<b>II. Breve referencia a las Fintech .....</b>	<b>268</b>
<b>III. Las plataformas de financiación participativa .....</b>	<b>272</b>
<b>IV. Sandbox regulatorio: espacio controlado de pruebas .....</b>	<b>278</b>

	<i>Página</i>
V. Conclusiones .....	282
VI. Bibliografía .....	283

## CAPÍTULO 14

<b>RETOS JURÍDICOS DE LAS ESTRATEGIAS DE INCURSIÓN DE LAS PLATAFORMAS DE LA GIG ECONOMY DE MOVILIDAD (RIDE HAILING) EN EL MUNDO FINANCIERO MODELOS DE NEGOCIOS EN ENTORNOS DE PAGOS DIGITALES .....</b>	<b>285</b>
---	------------

LUCÍA SUÁREZ BARCIA

I. Consideraciones previas: las plataformas en el contexto Fintech .....	285
II. Motivos del interés de las plataformas por el mercado Fintech latinoamericano .....	290
III. Modelos operativos de colaboración con la banca tradicional .....	296
IV. Retos jurídicos .....	297
1. Retos relacionados con la estrategia regulatoria de lanzamiento .....	297
2. Otros retos jurídicos .....	299
V. Conclusión .....	300
VI. Bibliografía .....	301

## CAPÍTULO 15

<b>LAS PLATAFORMAS DE NEGOCIACIÓN DE DERECHOS DE EMISIÓN DE GASES DE EFECTO INVERNADERO .....</b>	<b>305</b>
---	------------

CECILIO MOLINA HERNÁNDEZ

I. Consideraciones generales. La naturaleza del derecho de emisión como instrumento financiero .....	306
II. La subasta, asignación originaria en el sistema comunitario de derechos de emisión de gases de efecto invernadero .....	308

	<u>Página</u>
1. <i>La asignación gratuita en las dos primeras fases de comercio de derechos de emisión</i> .....	309
2. <i>La subasta, modo prioritario de asignación a partir del tercer período de comercio de derechos de emisión</i> .....	311
3. <i>La asignación gratuita en vías de desaparición</i> .....	313
<b>III. Desarrollo de las subastas de los derechos de emisión</b> .....	<b>314</b>
1. <i>Los participantes en las subastas</i> .....	314
2. <i>Las plataformas de subastas</i> .....	315
3. <i>Los subastadores</i> .....	317
4. <i>La entidad supervisora de las subastas</i> .....	318
5. <i>Las entidades de contrapartida, compensación y liquidación de las plataformas de subastas</i> .....	319
6. <i>La celebración de las subastas</i> .....	320
7. <i>Las plataformas de negociación multilateral de derechos de emisión</i> .....	322
7.1. <i>Sistema Electrónico de Negociación de Derechos de Emisión de Dióxido de Carbono, plataforma de negociación española por excelencia</i> .....	323
7.2. <i>CIMD SV (Servicios de Intermediación, consultoría, gestión y energía), primer Sistema Organizado de Contratación español</i> .....	323
<b>IV. Bibliografía</b> .....	<b>324</b>

## ASPECTOS CIVILES, MERCANTILES Y PENALES DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES

### CAPÍTULO 16

<b>REFLEXIONES A LA LUZ DE LOS REQUISITOS ESPECÍFICOS DE INFORMACIÓN EXIGIDOS AL PROVEEDOR DEL MERCADO EN LÍNEA EN LA CONTRATACIÓN CON CONSUMIDORES</b> .....	<b>329</b>
---	------------

CONSUELO CAMACHO PEREIRA

<b>I. Introducción</b> .....	<b>329</b>
------------------------------	------------

II.	Información al consumidor acerca de los principales parámetros que determinan la clasificación de las ofertas resultantes de la búsqueda en el mercado en línea .....	332
III.	Información del carácter de comerciante del vendedor o suministrador, y aclaración si no tiene tal carácter, de la no aplicación de la normativa específica protectora del consumidor .....	335
IV.	Información acerca del reparto de obligaciones relacionadas con el contrato entre el tercero comerciante y el proveedor del mercado en línea .....	339
V.	Conclusiones .....	345
VI.	Bibliografía .....	346

## CAPÍTULO 17

PLATAFORMAS DIGITALES SOBRE ENAJENACIÓN DE LA MASA ACTIVA Y COMPETENCIA .....	349
---	-----

JAUME MARTÍ MIRAVALLS

I.	Introducción .....	349
II.	Las entidades especializadas en el ámbito concursal: naturaleza jurídica .....	352
III.	Riesgos concurrenciales en el mercado de las entidades especializadas en tanto que plataformas digitales .....	359
IV.	Bibliografía .....	367

## CAPÍTULO 18

LAS PLATAFORMAS BLOCKCHAIN. ELEMENTOS Y RETOS JURÍDICOS .....	371
---	-----

MIGUEL ÁNGEL MORENO NAVARRETE

I.	Disrupción tecnológica, plataformas blockchain y economía simbólica .....	371
II.	Aportación de las plataformas blockchain al derecho de contratos. El tráfico jurídico confiable .....	374

III.	<b>La funcionalidad de las plataformas blockchain: los criptocontratos</b> .....	375
IV.	<b>Naturaleza jurídica de las plataformas blockchain</b> .....	378
V.	<b>Los sujetos. La identidad digital soberana. Los oráculos</b> ....	378
VI.	<b>El objeto del contrato inteligente. Los criptoactivos</b> .....	380
VII.	<b>Retos jurídicos</b> .....	383
VIII.	<b>Bibliografía</b> .....	387

## CAPÍTULO 19

<b>PLATAFORMAS VIRTUALES DE COMPRAVENTA DE TRABAJOS UNIVERSITARIOS: PRIMERA APROXIMACIÓN DE ANÁLISIS JURÍDICO-PENAL</b> .....	391
---	-----

MARÍA ISABEL MONTSERRAT SÁNCHEZ-ESCRIBANO

I.	<b>Introducción</b> .....	391
II.	<b>¿Por qué nos preocupa hoy el fraude académico y, más concretamente, la compraventa de trabajos universitarios?</b> .....	392
II.	<b>Características del fraude académico</b> .....	393
III.	<b>Normativa universitaria sobre fraude académico</b> .....	394
IV.	<b>Respuestas jurídicas ante el fraude: ¿derecho penal?</b> .....	395
	1. <i>Criterios generales de actuación para una respuesta jurídica</i> ....	396
	2. <i>¿El fraude académico un delito?</i> .....	397
	3. <i>Posibles consecuencias de cometer un fraude o... cuando “la transacción” sale mal</i> .....	398
V.	<b>Conclusiones</b> .....	398
VI.	<b>Bibliografía</b> .....	399

## CAPÍTULO 20

<b>LA ADMINISTRACIÓN DE JUSTICIA COMO OPERADOR ECONÓMICO EN EL MERCADO DIGITAL. PROBLEMAS CONCURRENCIALES EN ESTE SECTOR</b> .....	401
--	-----

ERNESTO SIRERA EBRÍ

I.	<b>Antecedentes. La realización de activos en procesos de ejecución forzosa como un mercado relevante definible</b> .....	402
----	---	-----

II.	La introducción del uso de plataformas digitales en la realización forzosa a través de las entidades especializadas privadas .....	403
III.	La consolidación del uso de entidades especializadas en el proceso concursal .....	408
IV.	De la proliferación de actividades concurrenciales ilícitas o contrarias a derecho en el marco de la intervención de las entidades especializadas en los procesos de liquidación concursal .....	409
V.	Conclusión: la necesidad de un marco regulatorio de las entidades especializadas expertas en la realización forzosa de bienes y derechos .....	412
VI.	Bibliografía .....	413

## CAPÍTULO 21

DIGITAL SERVICE ACT: REGOLAZIONE D'IMPRESA E TUTELA DEL MERCATO. NEW WINE IN OLD BOTTLES? .....	415
CLAUDIA SANDEI	

I.	Introduzione .....	415
II.	Il Digital Service Act nel quadro del nascente sistema regolatorio della "Platform economy" .....	416
III.	Le "nuove" disposizioni in materia di responsabilità dei <i>service provider</i> .....	419
IV.	Piattaforme, obblighi di "due diligence" e funzione intermediaria .....	424
	1. L'introduzione del principio "know your (business) customer" e gli altri obblighi generali .....	425
	2. Gli ulteriori doveri organizzativi a carico delle "very large platforms" .....	430
V.	Conclusione .....	431

**ASPECTOS JURÍDICOS PROCESALES, TRIBUTARIOS  
Y DE DERECHO INTERNACIONAL PRIVADO  
DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES**

**CAPÍTULO 22**

<b>LA ECONOMÍA DE PLATAFORMA Y LA ENTIDAD CONFIANZA ONLINE .....</b>	<b>435</b>
CAROLINA SANCHIS CRESPO	
<b>I. La economía de plataforma .....</b>	<b>435</b>
<b>II. La plataforma europea ODR y la entidad confianza online .....</b>	<b>437</b>
1. <i>La plataforma europea ODR .....</i>	437
2. <i>La entidad Confianza Online .....</i>	438
2.1. <i>¿Qué es? .....</i>	438
2.2. <i>Procedimiento .....</i>	439
A) <i>Legitimación activa y pasiva .....</i>	439
B) <i>Requisitos de admisibilidad de las reclamaciones .....</i>	440
C) <i>Actuaciones de la Secretaría de Confianza Online .....</i>	440
D) <i>Cómputo de los plazos e inicio del procedimiento .....</i>	442
E) <i>Aceptación, rechazo o silencio ante la propuesta de acuerdo .....</i>	443
F) <i>Terminación de la mediación .....</i>	445
<b>III. Conclusiones .....</b>	<b>448</b>
<b>IV. Bibliografía .....</b>	<b>449</b>

## CAPÍTULO 23

<b>PLATAFORMAS DIGITALES: LA MEDIACIÓN COMO POSIBLE MECANISMO PARA LA RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS. ESPECIAL REFERENCIA A LA MEDIACIÓN DE CONSUMO .....</b>	<b>451</b>
M. <sup>a</sup> BELÉN AIGE MUT	
<b>I. Introducción .....</b>	<b>451</b>
<b>II. Referencia al anteproyecto de ley de impulso a la mediación .....</b>	<b>454</b>
<b>III. Obligatoriedad mitigada de acudir a la mediación: ejemplos europeos .....</b>	<b>456</b>
<b>IV. La mediación de consumo: especial referencia a la plataforma europea de resolución de conflictos en línea .....</b>	<b>461</b>
<b>V. Conclusiones .....</b>	<b>464</b>
<b>VI. Bibliografía .....</b>	<b>465</b>

## CAPÍTULO 24

<b>EL IMPUESTO SOBRE DETERMINADOS SERVICIOS DIGITALES Y SU APLICABILIDAD A LOS SERVICIOS DE INTERMEDIACIÓN TURÍSTICA. COMENTARIOS A LA RECIENTE LEY 4/2020, DE 15 DE OCTUBRE, DEL IMPUESTO SOBRE DETERMINADOS SERVICIOS DIGITALES .....</b>	<b>467</b>
---	------------

ANTONI BERGAS FORTEZA

<b>I. Introducción .....</b>	<b>468</b>
<b>II. El Impuesto sobre Determinados Servicios Digitales .....</b>	<b>470</b>
1. <i>Elementos y características generales del Impuesto sobre Determinados Servicios Digitales .....</i>	<i>470</i>
2. <i>Aplicabilidad del Impuesto sobre Determinados Servicios Digitales a los servicios de intermediación turística .....</i>	<i>472</i>
2.1. Breve referencia a los servicios de intermediación turística en la era de la digitalización .....	472
2.2. Aproximación a la estructura empresarial utilizada y sus consecuencias fiscales .....	473

2.3.	El Impuesto sobre Determinados Servicios Digitales y los servicios de intermediación turística .....	475
A)	Los servicios de intermediación turística y su sujeción al IDSD .....	475
B)	Lugar de realización de las prestaciones de los servicios de intermediación turística .....	476
2.4.	Situación actual del Impuesto sobre Determinados Servicios Digitales: repercusión del impuesto a clientes y proveedores (Amazon, Google y ¿Booking?) .....	478
III.	<b>Conclusiones</b> .....	479
IV.	<b>Bibliografía</b> .....	480

## CAPÍTULO 25

<b>LEY APLICABLE EN CASO DE RESPONSABILIDAD A LAS PLATAFORMAS DIGITALES</b> .....	483
---	-----

ANTONIO MERCHÁN MURILLO

I.	<b>Introducción</b> .....	483
II.	<b>Ley aplicable en supuestos de responsabilidad contractual</b> .....	485
1.	<i>En caso de que venga determinada por autonomía de la voluntad de las partes</i> .....	485
2.	<i>Ley aplicable en defecto de pacto de las partes</i> .....	485
III.	<b>Ley aplicable en supuestos de responsabilidad extracontractual</b> .....	490
IV.	<b>Conclusiones</b> .....	497
V.	<b>Bibliografía</b> .....	498

## CAPÍTULO 26

<b>MULTINACIONALES DIGITALES: ALGUNAS REFLEXIONES EN TORNO A LA LUCHA CONTRA EL DESVÍO DE BENEFICIOS EN LA IMPOSICIÓN DIRECTA</b> .....	501
---	-----

FRANCISCO ANTONIO VAQUER FERRER

I.	<b>Consideraciones previas</b> .....	501
----	--------------------------------------	-----

	<i>Página</i>
II. El concepto digital de establecimiento permanente: ¿un intento fallido? .....	505
III. Los pilares del marco inclusivo sobre BEPS de la OCDE y del G-20 .....	510
IV. El impuesto sobre los servicios digitales como solución “provisional”. Especial referencia al caso español .....	511
V. Conclusiones .....	517
VI. Bibliografía .....	518

## CAPÍTULO 27

<b>EL GOOGLE MEET Y SU PROBLEMÁTICA EN LAS AUDIENCIAS VIRTUALES EN PERÚ .....</b>	<b>521</b>
---	------------

MARÍA DEL PILAR GUZMÁN COBEÑAS

<b>I. Uso de plataformas en las audiencias virtuales en Perú ...</b>	<b>521</b>
1. Marco Legal en Perú .....	522
2. La plataforma Google Meet en las audiencias virtuales .....	523
3. El procedimiento en audiencias en Perú .....	525
4. Requisitos para el uso de las audiencias virtuales .....	525
<b>II. Problemática en las audiencias virtuales .....</b>	<b>526</b>
1. Caso de Zoombombing en audiencia virtual .....	526
2. La responsabilidad de las plataformas .....	527
3. Opositores al uso de plataformas en audiencias virtuales .....	529
4. ¿Vulneran las audiencias virtuales los principios procesales? ...	530
<b>III. Conclusiones .....</b>	<b>532</b>
<b>IV. Bibliografía .....</b>	<b>533</b>

*Thomson Reuters ProView. Guía de uso*