



Índice General

Página

PRÓLOGO 41

PARTE I

NUEVAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y DE LA COMUNICACIÓN

CAPÍTULO 1

REFLEXIONES SOBRE LA ELECTRONIFICACIÓN DE LAS INSTITUCIONES MERCANTILES: HACIA UNA RECONSTRUCCIÓN DE LA TEORÍA JURÍDICA 53

JOSÉ ANTONIO VEGA VEGA

I.	El fenómeno de la electronificación	54
II.	Las especialidades del documento electrónico	57
III.	La contratación electrónica	59
	1. <i>Problemática actual</i>	59
	2. <i>Distinción entre comercio electrónico y contratación electrónica</i>	62
	3. <i>La cuestión de la naturaleza jurídica del contrato electrónico</i>	63
IV.	Las instituciones electrónicas como nueva realidad jurídica	64
V.	La lex electrónica	68
	1. <i>Los instrumentos electrónicos en el ámbito internacional</i>	68
	2. <i>Normativa europea sobre electronificación de documentos</i>	72
	3. <i>Disposiciones europeas sobre transacciones efectuadas mediante instrumentos electrónicos de pagos</i>	76





	<i>Página</i>
4. <i>Consideraciones críticas sobre la legislación española de comercio electrónico</i>	78
VI. Nuevas tendencias en cuanto al formalismo en la contratación electrónica	83
VII. El problema de la seguridad en el comercio electrónico	84

CAPÍTULO 2

EL ACCESO A INTERNET COMO NUEVO DERECHO FUNDAMENTAL	89
--	----

MOISÉS BARRIO ANDRÉS

I. Introducción	90
II. Precedentes a nivel internacional y comparado	93
III. El nuevo derecho fundamental de acceso a internet	97
IV. El reconocimiento autonómico y estatutario del derecho de acceso a internet en España	101
V. Conclusiones	104

CAPÍTULO 3

MORIR EN LA ERA DIGITAL «VOLUNTADES DIGITALES», INTIMIDAD Y PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES	107
---	-----

M. ESPERANÇA GINEBRA MOLINS

I. Introducción	108
II. El «rastreo digital»: «activos digitales» / «contenido digital»	112
III. ¿«Herencia digital» vs. «Herencia analógica»?	117
1. <i>¿Propiedad, transmisibilidad, heredabilidad? ¿acceso?</i>	119
2. <i>Transmisión de los «activos digitales», protección de la intimidad/privacidad y protección de datos personales</i>	123
2.1. <i>Protección de la intimidad/privacidad</i>	124
2.2. <i>Protección de datos personales</i>	128
IV. Algunos modelos	130





ÍNDICE GENERAL

	<i>Página</i>
1. <i>La revised uniform fiduciary access to digital assets act (RUFADAA) y sus precedentes (la uniform access to digital assets act [UFADAA] y la privacy expectation afterlife and choices act [PEAC])</i>	131
2. <i>La Ley n.º 2016-1321, de 7 de octubre de 2016, «pour une République numérique»</i>	137
3. <i>La Ley catalana 10/2017, de 27 de junio, «de las voluntades digitales»</i>	140
3.1. «Voluntades digitales» en caso de muerte	142
3.2. «Voluntades digitales» en caso de incapacidad sobrevenida	146
V. Propuestas de regulación. Especial referencia al proyecto español de Ley Orgánica de Protección de Datos de Carácter Personal	148
VI. Conclusiones	152

CAPÍTULO 4

EL DERECHO A LA PROTECCIÓN DE DATOS FRENTE A LA OBLIGACIÓN DE CONSERVAR INFORMACIÓN POR PARTE DE LOS PRESTADORES DE SERVICIOS	155
--	-----

ANA SÁNCHEZ RUBIO

I. Introducción	156
II. Comunicaciones electrónicas y datos de tráfico en la investigación penal	157
1. <i>Breve delimitación de conceptos</i>	157
2. <i>La influencia de los datos de comunicación y de tráfico en la investigación penal</i>	159
III. Normativa sobre protección y conservación de datos para el enjuiciamiento de delitos	161
1. <i>Regulación nacional</i>	162
2. <i>Regulación europea</i>	166
3. <i>Algunas controversias legislativas</i>	169





IV.	La obligación de colaborar por parte de los prestadores de servicios	172
V.	Consideraciones finales	175
VI.	Bibliografía	176

CAPÍTULO 5

	IDENTIDAD ELECTRÓNICA: NECESIDAD DE UN ENTORNO TRANSFRONTERIZO DE CONFIANZA	179
--	--	-----

ANTONIO MERCHÁN MURILLO

I.	Introducción	180
II.	La identidad electrónica como elemento indispensable en la transacción	181
III.	Internacionalización de la identidad electrónica	183
IV.	Necesidades para su desarrollo: la gestión de la identidad como cuestión esencial	186
V.	Problemas en la gestión de la identidad	191
	1. <i>Servicios de Infraestructura de Confianza</i>	196
VI.	Protección de la identidad	199
VII.	Acciones de consenso	202
VIII.	Conclusiones	206
IX.	Bibliografía	206

CAPÍTULO 6

	MOVIMIENTOS INTERNACIONALES DE DATOS PERSONALES ENTRE LA UNIÓN EUROPEA Y EL REINO UNIDO TRAS EL BREXIT	211
--	---	-----

MARÍA GÓMEZ SANTOS

I.	Introducción	212
II.	Transferencias internacionales de datos personales entre la Unión Europea y Reino Unido en el escenario post-Brexit	215
	1. <i>Transferencias basadas en una decisión de adecuación</i>	216
	2. <i>Transferencias mediante las garantías adecuadas</i>	216





ÍNDICE GENERAL

	<i>Página</i>
2.1. Normas Corporativas Vinculantes («Binding Corporate Rules»)	217
2.2. Cláusulas Contractuales Tipo («Standard Contractual Clauses»)	219
3. <i>Autorizaciones excepcionales</i>	221
III. Conclusiones	221
IV. Bibliografía	222

CAPÍTULO 7

DINERO ELECTRÓNICO REVISITADO	225
--	-----

AGUSTÍN MADRID PARRA

I. Introducción	226
II. Concepto de dinero electrónico	229
1. <i>Concepto funcional</i>	232
2. <i>Concepto legal</i>	238
2.1. Notas características	240
2.2. Efectos del pago	245
III. Posibles calificaciones jurídicas	250
1. <i>Cesión de crédito</i>	251
2. <i>Título valor</i>	252
3. <i>Tarjeta de pago (crédito/débito)</i>	254
4. <i>Transferencia electrónica de fondos</i>	254
5. <i>Dinero «convertible»</i>	255
IV. Calificación alternativa	257
V. Limitaciones legales	260
1. <i>Emisión</i>	260
2. <i>Reembolso</i>	264
3. <i>Caducidad</i>	270
VI. Garantía	271
VII. Conclusión	275
VIII. Bibliografía	276





CAPÍTULO 8

DINERO ELECTRÓNICO Y CRIPTODIVISAS: CONCEPTO, MARCO LEGAL, Y NUEVAS FUNCIONALIDADES 281M^a DEL CARMEN PASTOR SEMPERE

I.	De un monopolio monetario a un nuevo ecosistema monetario global	283
	1. <i>Contexto</i>	283
	2. <i>Significado</i>	289
	2.1. En la operativa	293
	2.2. oferta de medios de pago	295
	2.3. En la estructura del sistema de control y supervisión monetario	302
II.	Delimitación conceptual entre dinero electrónico y criptomonedas	304
	1. <i>Dinero electrónico</i>	304
	2. <i>Criptodivisas</i>	307
III.	Delimitación funcional entre dinero electrónico y criptomonedas	312
	1. <i>Nuevas funcionalidades del dinero electrónico. Especial referencia a «Facebook Payments International Limited»</i>	312
	1.1. Nuevas funcionalidades de las criptomonedas. Especial referencia a los ICOs	313
IV.	A modo de conclusión	323

CAPÍTULO 9

LA EMISIÓN Y EL REEMBOLSO DEL DINERO ELECTRÓNICO EN LA LEY 21/2011, DE 26 DE JULIO, DE DINERO ELECTRÓNICO 325

LUCÍA ALVARADO HERRERA

I.	Introducción	326
II.	Notas definitorias del dinero electrónico	328





ÍNDICE GENERAL

	<i>Página</i>
III. Los emisores de dinero electrónico	330
IV. La emisión de dinero electrónico: especial referencia a la provisión de fondos y al régimen de comisiones y gastos	331
V. El reembolso del dinero electrónico	338

CAPÍTULO 10

SMART CONTRACTS Y PROBLEMAS JURÍDICOS DE LOS PAGOS CON TECNOLOGÍAS BLOCKCHAIN	347
--	------------

MARINA ECHEBARRÍA SÁENZ

I. Los Smart contract o contratos auto ejecutables	348
II. Régimen legal de los Smart contract	350
III. El problema del pago electrónico automático como forma de ejecución de los Smart contract: Dinero electrónico y cripto monedas virtuales	353
1. <i>La aparición de las criptomonedas virtuales con tecnología Blockchain; el ejemplo del Bitcoin</i>	<i>356</i>
2. <i>La Tecnología de la cadena de bloques: funcionamiento de los registros compartidos o distributive ledger</i>	<i>358</i>
3. <i>Secreto y criptografía de seguridad en bitcoin</i>	<i>361</i>
4. <i>Análisis de riesgos particulares y sistémicos del Bitcoin</i>	<i>361</i>
4.1. Riesgos individuales en bitcoin	362
4.2. Riesgos sistémicos de bitcoin	362
IV. Régimen jurídico de las operaciones en criptomonedas virtuales	364
1. <i>Hacienda Pública</i>	<i>365</i>
2. <i>Normativa de prevención del blanqueo de capitales</i>	<i>366</i>
3. <i>Normativa de servicios de pago</i>	<i>367</i>
4. <i>Normativa del mercado de valores</i>	<i>368</i>
5. <i>Régimen jurídico de los pagos en criptomonedas virtuales</i>	<i>372</i>
V. Conclusiones	372
VI. Bibliografía y referencias web	374





CAPÍTULO 11

DIGITALIZACIÓN DEL SECTOR FINANCIERO Y SUS CONSECUENCIAS. ESPECIAL REFERENCIA A LAS FINTECH 379

MARÍA JESÚS BLANCO SÁNCHEZ

I.	Introducción. Digitalización del sector financiero	380
II.	FinTech: concepto y características	382
III.	Aproximación a la regulación de las FinTech. ¿Dónde estamos? ¿Hacia dónde nos dirigimos? Perspectiva comparada	384
IV.	Retos	389
V.	Bibliografía	390

PARTE II

CONTRATACIÓN ELECTRÓNICA

CAPÍTULO 12

SMART CONTRACT: UNA APROXIMACIÓN JURÍDICA 395

JORGE FELIU REY

I.	Introducción	397
II.	Definición de Smart Contract	399
	1. <i>Con carácter general: las diversas definiciones</i>	<i>399</i>
	2. <i>Con carácter particular: desde el punto de vista jurídico</i>	<i>401</i>
	2.1. <i>¿Es el Smart contract un contrato?</i>	<i>402</i>
	2.2. <i>La importancia del lenguaje y sus implicaciones</i>	<i>404</i>
	2.3. <i>La forma del Smart Contract: sus efectos jurídicos en relación con la validez del contrato</i>	<i>405</i>
	A. <i>La forma como requisito de validez</i>	<i>405</i>
	B. <i>La forma en sentido amplio, la documentación del contrato</i>	<i>406</i>
	C. <i>La forma como requisito de la eficacia: automatismo y autoejecución</i>	<i>407</i>





ÍNDICE GENERAL

	<i>Página</i>
2.4. La evolución en la forma, repensando sus funciones: de la pasividad a la actividad, de lo dependiente a lo autónomo	408
2.5. Qué es, por tanto, un Smart Contract	410
III. El ecosistema de los «smart contracts»	411
1. <i>La importancia de la confianza y la seguridad: Distributed ledgers Technology</i>	411
2. <i>Los oráculos</i>	413
3. <i>«Contractware» y el internet de las cosas (IoT)</i>	414
IV. Análisis de las principales cuestiones jurídicas	415
1. <i>Cuestiones relativas a la formación del contrato</i>	415
1.1. <i>Consentimiento</i>	415
1.2. <i>Diferencias entre lo acordado y el código</i>	415
1.3. <i>Posibles soluciones</i>	416
2. <i>Cuestiones sobre el cumplimiento</i>	417
2.1. <i>Determinación de las obligaciones y su cumplimiento</i>	417
2.2. <i>Legalidad del contenido y en su ejecución</i>	418
2.3. <i>Determinación de los oráculos y posibles consecuencias</i>	419
3. <i>Cuestiones sobre la ejecución</i>	419
3.1. <i>Inmodificabilidad, automatismo en la ejecución e irreversibilidad</i>	420
3.2. <i>Ejecución extrajudicial</i>	422
3.3. <i>Los remedios</i>	423
4. <i>La función del abogado y del Juez</i>	424
V. Bibliografía	425

CAPÍTULO 13

UNA REGULACIÓN EUROPEA PARA LAS PLATAFORMAS ELECTRÓNICAS: PROPUESTAS EN CURSO Y ALTERNATIVAS	427
---	------------

TERESA RODRÍGUEZ DE LAS HERAS BALLELL





	<i>Página</i>
I. La Arquitectura de la Economía Digital: reglas para una Economía de Plataformas	428
II. Hacia un Derecho de Plataformas	433
III. Anatomía de las plataformas	438
1. <i>El contrato de acceso</i>	442
2. <i>Los términos y condiciones de uso</i>	444
3. <i>La relación con terceros ajenos a la plataforma</i>	446
IV. Cuestiones básicas y decisiones de política legislativa en una futura regulación de las plataformas en Europa	447
1. <i>Ámbito de aplicación</i>	447
2. <i>Deberes de transparencia</i>	449
3. <i>Sistemas reputacionales</i>	450
4. <i>Deberes de verificación y retirada de información</i>	451
5. <i>Deberes de protección</i>	452

CAPÍTULO 14

LA INCIDENCIA DE LA REGULACIÓN DEL ALQUILER VACACIONAL EN LAS PLATAFORMAS DE INTERCAMBIO TURÍSTICO	453
---	-----

JUAN FLAQUER RIUTORT

I. Consideraciones de carácter preliminar	454
II. La incidencia de la regulación autonómica en el papel desempeñado por las plataformas de intercambio turístico	458
III. Reflexiones finales	469

CAPÍTULO 15

DEBERES DE INFORMACIÓN EN LA CONTRATACIÓN ELECTRÓNICA CON CONSUMIDORES: SU INCUMPLIMIENTO Y LOS REMEDIOS INDIVIDUALES DISPONIBLES	473
--	-----

ZOFIA BEDNARZ





ÍNDICE GENERAL

	<i>Página</i>
I. Introducción: proliferación de los deberes de información sin remedios específicos por su incumplimiento claramente establecidos	474
II. Incumplimiento de los deberes de información en la contratación electrónica	476
1. <i>Influencia negativa del incumplimiento de los deberes de información en el Mercado</i>	476
2. <i>Tipos de incumplimiento de los requisitos de información</i>	477
3. <i>Necesidad de los remedios individuales y directos ante el incumplimiento de los deberes informativos</i>	480
III. Remedios (acciones individuales) disponibles a los consumidores por el incumplimiento	486
1. <i>Las normas que establecen las consecuencias del incumplimiento</i>	486
1.1. <i>Los deberes de información directos e indirectos aplicables a la contratación electrónica con consumidores</i>	486
1.2. <i>Las consecuencias del incumplimiento de los deberes informativos: remedios específicos y del derecho general</i>	491
2. <i>Problema de adecuación de los remedios generales al comercio electrónico</i>	494
IV. Conclusiones	497
V. Bibliografía	498

CAPÍTULO 16

LOS CONTENIDOS DIGITALES COMO OBJETO DE TRÁFICO JURÍDICO EN LA NUEVA CONTRATACIÓN INFORMÁTICA. ESTADO ACTUAL Y EVOLUCIÓN NORMATIVA	505
---	-----

JOSÉ ANTONIO CASTILLO PARRILLA

I. La definición de contenidos digitales en la Propuesta CESL	507
--	-----





II.	Los contenidos digitales en la Directiva 2011/83/UE y su transposición al ordenamiento español	509
III.	La definición de contenidos digitales en la PD 634/2015 en su redacción de 9 de diciembre de 2015	515
IV.	Las enmiendas presentadas a la PD 634/2015 en 2016 en relación con la definición de contenidos digitales	517
V.	Las enmiendas presentadas a la PD 634/2015 en 2017 en relación con la definición de contenidos digitales	522

CAPÍTULO 17

	LA PRUEBA DEL CONTRATO ELECTRÓNICO DOTADO DE FIRMA A RAÍZ DE LA NUEVA NORMATIVA EUROPEA SOBRE SERVICIOS DE CONFIANZA	525
--	--	-----

JUAN FRANCISCO RODRÍGUEZ AYUSO

I.	Documento electrónico: el problema de la antinomia legislativa en materia de prueba	526
II.	Solicitud de eficacia o impugnación de un documento acompañado de firma electrónica	534
III.	Aportación al proceso de documentos electrónicos	541

CAPÍTULO 18

	LA CONTRATACIÓN ELECTRÓNICA Y LA MAL DENOMINADA «ECONOMÍA COLABORATIVA»	543
--	---	-----

JOSÉ MARÍA BOTELLO HERMOSA

I.	Introducción	544
II.	Problemática que ofrece el concepto «economía colaborativa»	546
	1. Variedad terminológica	546
	2. Dificultad definitoria	547
	3. Cuestiones que no resuelve el concepto	549





ÍNDICE GENERAL

	<i>Página</i>
III. La economía circular 2.0: una alternativa al controvertido concepto de economía colaborativa	553
1. <i>Antecedentes: la estrategia de Europa 2020</i>	554
2. <i>Un concepto alternativo</i>	556
2.1. <i>¿Por qué «circular»?</i>	556
2.2. <i>¿Por qué «2.0»?</i>	557
3. <i>Ventajas del uso del concepto «economía circular 2.0»</i>	559
IV. La contratación electrónica (a través de la plataforma digital) como elemento clave de la economía circular 2.0	561
V. Conclusiones	565
VI. Bibliografía	566

CAPÍTULO 19

EL DESISTIMIENTO, UN DERECHO DE ORIGEN COMUNITARIO Y DESARROLLADO EN TORNO A LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS	573
--	-----

JOAQUÍN JOSÉ NOVAL LAMAS

I. Concepto de derecho de desistimiento	574
II. Antecedentes del derecho de desistimiento	577
III. La introducción del derecho de desistimiento en nuestro ordenamiento jurídico	579
IV. El desarrollo de la regulación del derecho de desistimiento: Las ventas a distancia	581
V. El desistimiento en la comercialización a distancia de servicios financieros	585
VI. Bibliografía citada	588

CAPÍTULO 20

EL USO DE LAS TECNOLOGÍAS DE GEOLOCALIZACIÓN PARA FACILITAR LA DETERMINACIÓN DE LA NORMATIVA APLICABLE EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO TRANSFRONTERIZO EN LA UNIÓN EUROPEA	591
--	-----

MARÍA ISABEL CARMONA GONZÁLEZ





	<i>Página</i>
I. La necesidad de determinar la normativa aplicable al comercio electrónico transfronterizo	592
II. Breves consideraciones sobre las técnicas y herramientas de geolocalización	594
III. La determinación normativa aplicable en el ámbito del comercio electrónico transfronterizo en la unión europea	597
IV. El reglamento (UE) 2018/302 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 28 de febrero de 2018 sobre medidas contra el bloqueo geográfico y otras formas de discriminación por razón de nacionalidad, residencia o establecimiento	600
CAPÍTULO 21	
LA TUTELA PENAL DEL COMERCIO ELECTRÓNICO	607
MARTA FERNÁNDEZ CABRERA	
I. Introducción	608
II. Sustracción de las claves de acceso de la víctima a través de archivos espía o similares para realizar transferencias patrimoniales sin el consentimiento de esta	611
III. Phishing	614
IV. Pharming	621
V. Fabricación, introducción, posesión de programas informáticos para la realización de estafas informáticas	622
VI. Fraudes en operaciones de comercio electrónico	623
VII. Publicidad engañosa a través de internet	624
VIII. Daños en datos o en sistemas informáticos	626
IX. Uso fraudulento de tarjetas ajenas o falsas para realizar compras por internet	627
X. Conclusiones	629
XI. Bibliografía	629





CAPÍTULO 22

CIBERSEGURIDAD Y PROTECCIÓN PENAL DEL MERCADO DIGITAL: ESPECIAL REFERENCIA A LOS ATAQUES CONTRA SISTEMAS DE INFORMACIÓN 631

CARMEN ROCÍO FERNÁNDEZ DÍAZ

I.	Introducción	632
II.	La política de ciberseguridad en la Unión Europea	634
III.	Las reformas penales en el ámbito de la ciberseguridad y la protección del mercado digital	636
	1. <i>La Responsabilidad Penal de las Personas Jurídicas</i>	636
	2. <i>Los Delitos Informáticos</i>	637
	2.1. Aspectos de obligatoria aplicación de la Directiva 2013/40/UE	638
	A. Castigo como infracción penal de determinadas conductas	638
	a. El acceso ilegal a un sistema de información	638
	b. La interferencia ilegal en los sistemas de información	639
	c. La interferencia ilegal en los datos	640
	d. La interceptación ilegal	641
	e. La puesta a disposición de instrumentos para cometer las citadas infracciones	641
	f. Las usurpaciones de identidad e infracciones relacionadas	642
	B. Exigencia de elemento subjetivo	643
	C. Sanciones	643
	a. Sanciones mínimas generales	643
	b. Sanciones más severas cuando la interferencia ilegal en sistemas de información y en datos o programas informáticos o en documentos electrónicos sea de especial gravedad	644





	<u>Página</u>
2.2. Aspectos de aplicación facultativa de la Directiva 2013/40/UE	646
3. <i>El Delito de Estafa Informática</i>	648
4. <i>La falsificación de tarjetas de crédito o débito o de cheques de viaje</i>	649
5. <i>Los Delitos contra la Propiedad Intelectual</i>	650
IV. Conclusiones	653
V. Bibliografía	655

PARTE III

PROPIEDAD INDUSTRIAL E INTELECTUAL EN AL RED. PUBLICIDAD

CAPÍTULO 23

LA DOCTRINA DE LOS CÍRCULOS CONCÉNTRICOS Y DE LA COMPLEMENTARIEDAD RELATIVA ENTRE EL DERECHO DE MARCAS Y DE COMPETENCIA DESLEAL, A LA LUZ DEL USO DE SIGNOS AJENOS COMO PALABRAS CLAVE VINCULADAS A ENLACES PUBLICITARIOS EN MOTORES DE BÚSQUEDA	659
---	------------

FERNANDO CARBAJO CASCÓN

I. Introducción: la doctrina de los círculos concéntricos	660
II. Doctrina de la complementariedad relativa entre derechos de propiedad intelectual (en especial derechos de marca) y competencia desleal	662
III. Los hechos: uso de una marca o nombre comercial como palabra clave vinculada a enlaces publicitarios en un servicio de referenciación (motores de búsqueda) en internet	664
IV. Análisis del supuesto de hecho desde la legislación marcaría	666
1. <i>Condiciones generales que deben concurrir para que se aprecie una infracción marcaría</i>	666





ÍNDICE GENERAL

	<i>Página</i>
2. <i>Doctrina del TJUE en la interpretación del uso de marcas ajenas como palabras clave vinculadas a enlaces publicitarios en motores de búsqueda</i>	669
3. <i>Aplicación de la doctrina del TJUE en la Jurisprudencia española</i>	675
V. Examen desde la legislación de competencia desleal: hacia una más correcta aplicación de la doctrina de la complementariedad relativa	677

CAPÍTULO 24

LA RELACIÓN ENTRE LAS MARCAS Y LOS NOMBRES DE DOMINIO DE INTERNET	685
--	------------

ISABEL RAMOS HERRANZ

I. Precisiones previas	686
II. Intereses implicados	687
III. La regulación en la ley de marcas española de la utilización de la marca como nombre de dominio de internet en sentido estricto	688
IV. Convivencia en el mundo virtual de titulares de marcas idénticas o similares para diferentes clases de productos y/o servicios	690
1. <i>Territorialidad del Derecho de Marcas frente a la extraterritorialidad de Internet</i>	690
2. <i>Planteamiento del problema y cómo pueden convivir los titulares de marcas idénticas o similares para diferentes clases de productos o servicios en Internet</i>	696

CAPÍTULO 25

OBRA FOTOGRÁFICA Y MERA FOTOGRAFÍA: RÉGIMEN JURÍDICO Y REPERCUSIONES EN EL ÁMBITO DE LAS REDES SOCIALES	699
--	------------

ANTONIO F. GALACHO ABOLAFIO

I. Introducción	700
------------------------------	------------





	<i>Página</i>
II. La fotografía y su protección por la normativa de Derechos de autor	701
1. <i>La fotografía como obra fotográfica: art.10.1 h) LPI y los requisitos exigibles</i>	703
1.1. La originalidad: el sempiterno caballo de batalla en la propiedad intelectual	703
1.2. La fotografía en la Directiva 2006/116 CE (Directiva en adelante), y su remisión al Convenio de Berna: revisión del paradigma de la originalidad	706
A. Originalidad como mera falta de procedencia de obra anterior	706
B. Fotografía y mera fotografía en la Directiva	706
2. <i>La fotografía como mera fotografía: art.128 LPI</i>	708
2.1. La mera fotografía y la ausencia del derecho de transformación	709
2.2. La mera fotografía y la ausencia de derechos morales	713
III. La fotografía en internet y redes sociales	714
1. <i>Las condiciones de uso y la inclusión de cesión de derechos de autor</i>	715
1.1. El denominador común de las condiciones de uso de las redes sociales más frecuentes	715
1.2. Algunas condiciones generales y la cesión de derechos incluidas	716
1.3. Caso Flickr: para muestra un botón	718
1.4. Infracción de la mera fotografía mediante transformación de la misma	719
IV. Conclusiones	721
V. Bibliografía	722

CAPÍTULO 26

EL DERECHO DE TRANSFORMACIÓN Y LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS	725
--	-----

MARC SIMON ALTABA





ÍNDICE GENERAL

	<i>Página</i>
I. El derecho de transformación ante la evolución tecnológica	726
II. La transformación en relación a los programas de ordenador	727
1. <i>Transformaciones libres por parte de usuarios</i>	729
2. <i>La traducción del código objeto</i>	731
3. <i>Las actualizaciones de programario</i>	732
4. <i>La transformación de los videojuegos</i>	735
4.1. Ports	735
4.2. Demos	736
4.3. Cracks	736
4.4. Mods	737
III. Las páginas web	738
1. <i>El caso particular del enmarcado de páginas web</i>	739
IV. Obra musical y sampling digital	742
1. <i>«Samplear» y acto de transformación</i>	746
V. Las obras multimedia y el derecho de transformación	748
1. <i>Proceso de creación multimedia y acto de transformación</i>	749
VI. Conclusiones	751

CAPÍTULO 27

LA INFRACCIÓN INDIRECTA DE LOS DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL EN INTERNET: ALCANCE Y CONCRECIÓN DE LAS CONDUCTAS TIPIFICADAS EN EL ART. 138.II DE LA LPI/1996	753
---	-----

PATRICIA LLOPIS NADAL

I. Introducción. La reconfiguración del art. 138 de la LPI/1996 impuesta por la jurisprudencia del TJUE en materia de enlaces	754
II. Inducir a sabiendas la conducta infractora	757
1. <i>La diversidad de actividades susceptibles de ser consideradas inducción a la conducta infractora</i>	758





	<u>Página</u>
2. <i>La necesidad de estar ante una inducción relevante para que sea merecedora de reproche civil</i>	761
III. Cooperar con la conducta infractora conociéndola o contando con indicios razonables para conocerla	763
1. <i>El conocimiento real y el conocimiento indiciario de la conducta infractora como criterios de imputación</i>	764
2. <i>La cooperación en la conducta infractora como categoría residual de atribución de responsabilidad</i>	766
3. <i>El tratamiento jurisprudencial de la cooperación por parte de quienes crean y distribuyen programas P2P</i>	768
IV. Tener interés económico directo en los resultados de la conducta infractora y capacidad de control sobre la misma	771
1. <i>El interés económico directo en los resultados de la conducta infractora</i>	772
2. <i>La capacidad de control sobre la conducta del infractor</i>	775
V. Conclusión	776
VI. Bibliografía citada	778

CAPÍTULO 28

PROPIEDAD INTELECTUAL Y PLATAFORMAS DE ENSEÑANZA VIRTUAL	781
DIEGO CRUZ RIVERO	
I. Introducción	782
II. Sistemática del art. 32 de la ley de propiedad intelectual	786
III. Amplitud de las conductas autorizadas	788
IV. Sujetos destinatarios del límite a la propiedad intelectual	789
1. <i>Supuesto del art. 32.3 de la Ley de Propiedad Intelectual: el profesorado de la educación reglada</i>	790
2. <i>Supuesto del art. 32.4 de la Ley de Propiedad Intelectual: el personal de las universidades</i>	791
V. Sujetos destinatarios de los actos de distribución y comunicación pública. La configuración de la plataforma de enseñanza virtual	792





ÍNDICE GENERAL

	<i>Página</i>
VI. Obras que pueden incluirse en la plataforma de enseñanza virtual	793
1. <i>Necesidad de que la obra haya sido previamente divulgada</i>	793
2. <i>Necesidad de limitar el acto a un fragmento de la obra</i>	794
2.1. <i>Supuesto del art. 32.3. La reproducción, distribución y comunicación pública de pequeños fragmentos de obras y de obras aisladas de carácter plástico o fotográfico figurativo</i>	794
2.2. <i>Supuesto del art. 32.4. La reproducción parcial, distribución y comunicación pública de obras o publicaciones impresas o susceptibles de serlo</i>	795
3. <i>Obras que no pueden utilizarse en el ámbito del límite de la ilustración para la enseñanza</i>	798
VII. Retribución a los autores y editores	800
VIII. Bibliografía	805

CAPÍTULO 29

EL PATROCINIO PUBLICITARIO CON INFLUENCERS, ¿PUBLICIDAD ENCUBIERTA?	809
--	-----

M^a TERESA OTERO COBOS

I. Introducción	810
II. La actividad publicitaria «on line». En especial la difundida a través de usuarios de redes sociales	811
1. <i>Una aproximación a las características del contrato</i>	814
2. <i>Relación con otros contratos publicitarios</i>	817
III. El «influencer» como sujeto obligado en la acción publicitaria	819
1. <i>Asociación marcaría positiva. El «influencer» como marca notoria</i>	820
2. <i>La licitud de la publicidad a través de perfiles en redes sociales. Cuestiones actuales</i>	821
2.1. <i>La propuesta de Directiva por la que se modifica la DSCAV</i>	821





	<i>Página</i>
2.2. ¿Una modalidad de publicidad encubierta?	823
2.3. La protección del destinatario	826
IV. Resolución contractual por pérdida de la buena reputación y responsabilidad de las plataformas «on line»	827
V. Conclusiones	829
VI. Bibliografía	830

CAPÍTULO 30

A PROPÓSITO DEL CARÁCTER DISTINTIVO DE LOS NOMBRES DE DOMINIO: EN ESPECIAL, SUS CONFLICTOS CON MARCAS O NOMBRES COMERCIALES POSTERIORES	835
--	------------

ANTONIO CASADO NAVARRO

I. Introducción	836
II. Delimitación conceptual del nombre de dominio	837
III. Naturaleza jurídica del nombre de dominio	839
IV. Delimitación funcional del nombre de dominio	843
V. A propósito del carácter distintivo del nombre de dominio	844
VI. La protección del nombre de dominio en el marco del Derecho de los signos distintivos de la empresa	847
1. <i>Planteamiento</i>	847
2. <i>La protección del nombre de dominio como marca no registrada</i>	849
3. <i>La protección del nombre de dominio como nombre comercial no registrado</i>	850
VII. Conclusiones	853





PARTE IV

**INFLUENCIA DE LAS TICS EN OTROS ÁMBITOS
MERCANTILES. LAS SOCIEDADES.
MERCADOS. COMPETENCIA**

CAPÍTULO 31

**HACIA UN SISTEMA ÚNICO DE CONSTITUCIÓN DE SOCIE-
DADES MERCANTILES ELECTRÓNICO Y EFICIENTE 857**

MARTA GARCÍA MANDALONIZ

I.	Para la rápida creación y puesta en marcha de una empresa digital	858
II.	Desde un sistema mixto de constitución de sociedades mercantiles presencial y electrónico	861
III.	Hacia un sistema único de constitución de sociedades mercantiles electrónico	866
IV.	Hacia un sistema único de constitución de sociedades mercantiles electrónico y eficiente	869
	1. <i>¿Hacia un sistema único de constitución de sociedades mercantiles electrónico y eficiente basado en «blockchain»?</i>	871
V.	¿Presencia del notario en un sistema único de constitución de sociedades mercantiles electrónico y eficiente?	877
	1. <i>Hacia la reducción de los gastos notariales</i>	879
	2. <i>¿Hacia la utilización opcional o la no utilización de los servicios notariales?</i>	879
	3. <i>¿Hacia un sistema basado en «blockchain» para maximizar la seguridad de la identidad digital?</i>	857
VI.	Propuesta de un sistema único de constitución de sociedades mercantiles electrónico y eficiente para afrontar la disrupción del «tsunami» digital	889
VII.	Bibliografía	892





CAPÍTULO 32

RESPONSABILIDAD DE ADMINISTRADORES POR DAÑOS EN EL ÁMBITO DE LA LLEVANZA DE LA PÁGINA WEB DE LAS SOCIEDADES DE CAPITAL NO COTIZADAS 897

JOSÉ CARLOS VÁZQUEZ CUETO

I.	Introducción: responsabilidad de administradores e implantación de la página web corporativa en el tráfico español	898
II.	Caracterización general del régimen de responsabilidad	903
III.	El examen detenido del régimen de responsabilidad	905
	1. <i>Presentación de la sistemática</i>	905
	2. <i>El alcance objetivo de la responsabilidad: los supuestos punibles</i>	906
	2.1. Los supuestos en que resulta preceptivo el empleo de la página web corporativa de la sociedad	906
	2.2. La actuación relativa a la llevanza de la página web corporativa de la sociedad objeto de responsabilidad conforme al art. 11-ter LSC	909
	3. <i>El alcance subjetivo pasivo de la responsabilidad; su carácter</i>	915
	3.1 Presentación	915
	3.2. La imputación de la responsabilidad al conjunto de administradores	915
	3.3. La extensión de la responsabilidad a otros sujetos que formalmente no ostentan el cargo de administrador	916
	3.4. El juego de la carga de la prueba sobre los presupuestos de la acción de responsabilidad; en particular, la culpa	916
	3.5. La responsabilidad de la sociedad	920
IV.	Conclusión	923
V.	Bibliografía	924





CAPÍTULO 33

EJERCICIO ELECTRÓNICO DE DERECHOS DEL SOCIO EN LAS JUNTAS DE ACCIONISTAS DE LAS SOCIEDADES DEL IBEX 35 927

ÁNGELA MARÍA PÉREZ RODRÍGUEZ

I. Régimen legal en las sociedades anónimas cotizadas 928

II. Autorregulación en los reglamentos de juntas y su plasmación efectiva en las convocatorias de juntas de las sociedades cotizadas del IBEX 35 937

 1. *Consideraciones generales* 937

 2. *Plasmación efectiva en las convocatorias de Juntas (perfil bajo, medio o alto)* 938

 3. *Sistemas admitidos por los Consejos de Administración para garantizar la identidad del sujeto y la seguridad de las comunicaciones electrónicas* 939

 4. *Plazos de antelación para el voto y la delegación del voto electrónicos previos a la Junta* 943

 5. *Previsiones en caso de fallos electrónicos o de seguridad. La ausencia de sistemas de confirmación de la recepción del voto electrónico y de su inclusión en el escrutinio de las votaciones* 945

III. Conclusiones 947

IV. Bibliografía 947

CAPÍTULO 34

REFLEXIONES SOBRE LA PRESENTACIÓN TELEMÁTICA DE LAS CUENTAS ANUALES EN EL REGISTRO MERCANTIL Y LA OBLIGACIÓN DE LOS ADMINISTRADORES DE FIRMARLAS 949

NIKOLÁS AUGOUSTATOS ZARCO

I. Planteamiento 950

II. El deber de los administradores de firmar las cuentas anuales 952





	<u>Página</u>
III. Los documentos a presentar con el depósito de las cuentas anuales	953
IV. La presentación telemática de las cuentas anuales	957
V. La aplicación «sala de firmas»	960

CAPÍTULO 35

LA FRANQUICIA COMO ESTRUCTURA CONTRACTUAL EN EL DESARROLLO DE LA ECONOMÍA COLABORATIVA	963
--	-----

JOSÉ RUIZ ESPINOSA

I. Introducción	964
II. Concepto	965
III. Categorías de economía colaborativa	966
IV. Aspectos jurídicos relevantes de la economía colaborativa	968
1. <i>El negocio de la economía colaborativa</i>	968
2. <i>Regulación de la actividad</i>	969
2.1. Servicios de la información	969
2.2. Alojamiento de vivienda particulares	972
2.3. Transporte de personas en vehículos turismo	973
3. <i>Estructura contractual</i>	975
3.1. Relación entre la plataforma y el prestador de servicios	975
A. Existencia de desequilibrio en «términos de poder»	975
B. Naturaleza jurídica	976
C. Asimetrías en la ruptura del modelo tradicional	979
D. Abstracción de la relación contractual	982
3.2. Relación entre la plataforma con el usuario	984
A. Estructura y naturaleza del contrato	984
B. Determinación de la responsabilidad de las plataformas de economía colaborativa	985





	<i>Página</i>
3.3. Relación entre el prestador de servicios y el usuario	987
A. Relación contractual entre iguales (P2P)	987
B. Relación entre prestador de servicios empresario y el consumidor (B2C)	989
V. Conclusiones	991
VI. Bibliografía	992
VII. Jurisprudencia	998
VIII. Abreviaturas	998

CAPÍTULO 36

PARIDAD TARIFARIA Y DERECHO DE LA COMPETENCIA: EL CASO DE LA CONTRATACIÓN ELECTRÓNICA DE SERVICIOS DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO	1001
--	------

APOL•LÒNIA MARTÍNEZ NADAL

I. Introducción	1002
II. Efectos de las cláusulas de paridad sobre la competencia	1003
1. <i>Cláusulas de paridad absoluta</i>	1004
1.1. Efectos sobre la competencia de las cláusulas de paridad absoluta	1004
1.2. Pronunciamientos sobre las cláusulas de paridad absoluta. El caso HRS en Alemania. Prohibición por el Bundeskartellamt y los tribunales alemanes	1006
2. <i>Cláusulas de paridad relativa. Efectos sobre la competencia</i>	1007
2.1. Efectos sobre la competencia de las cláusulas de paridad relativa	1007
2.2. Pronunciamientos sobre las cláusulas de paridad relativa	1010
III. Intervenciones legislativas	1013
1. <i>La prohibición absoluta del legislador francés</i>	1014
1.1. La prohibición legal en Austria	1016
1.2. El caso de Italia: La reciente prohibición por aprobación de la «legge 4 agosto 2017, n. 124. Legge annuale per il mercato e la concorrenza»	1017





IV.	Últimas actuaciones en el ámbito de la Unión Europea: «Report on the monitoring exercise carried out in the online hotel booking sector by EU competition authorities in 2016» (abril 2017)	1019
V.	Valoración final: frente a la paridad tarifaria, disparidad en la soluciones jurídicas	1021

CAPÍTULO 37

ANUNCIOS POR PALABRAS CLAVE Y LOS PROBLEMAS DERIVADOS DEL EMPLEO DE SIGNOS DISTINTIVOS AJENOS	1023
--	------

TRINIDAD VÁZQUEZ RUANO

I.	Notas sobre los prestadores de servicios de instrumentos de búsqueda y la publicidad electrónica	1024
II.	La técnica del «keyword banners». Delimitación conceptual	1026
III.	Inserción de palabras claves para enviar comunicaciones comerciales. Cuestiones de propiedad industrial	1029
	1. <i>El uso de signos distintivos ajenos en el sistema promocional «keyword banners»</i>	1029
	2. <i>Planteamientos judiciales de referencia en el sistema usa</i>	1032
	3. <i>Valoración del TJUE sobre el uso de palabras clave en la publicidad electrónica</i>	1037
IV.	Palabras clave como referencia de anuncios promocionales electrónicos. Interpretación judicial a nivel interno	1041
V.	Recopilación final	1046
VI.	Referencias bibliográficas	1046

CAPÍTULO 38

LA COMPETENCIA DESLEAL EN LA ECONOMÍA COLABORATIVA. ESPECIAL REFERENCIA A LAS DISTINTAS MODALIDADES DEL SERVICIO DE TRANSPORTE DE PASAJEROS	1051
--	------

JOSEP GUNNAR HORRACH ARMO





ÍNDICE GENERAL

	<i>Página</i>
I. Introducción	1052
II. El régimen jurídico aplicable en el ámbito de la competencia desleal	1054
1. <i>La Ley de competencia desleal y el artículo 15 LCD</i>	1054
2. <i>Jurisprudencia aplicable a la LCD</i>	1056
2.1. <i>Análisis jurisprudencial del artículo 15.1 Ley Competencia Desleal</i>	1056
2.2. <i>Análisis jurisprudencial del art. 15.2 LCD</i>	1058
III. La competencia desleal en el sector del transporte «colaborativo»	1059
1. <i>Carpooling</i>	1060
2. <i>Aplicaciones de transporte privado de pasajeros similares al servicio de taxi (con o sin licencia VTC)</i>	1062
2.1. <i>Servicio de transporte que no utiliza licencia VTC</i>	1063
2.2. <i>Servicio de transporte utilizando licencias VTC</i>	1066
3. <i>Otros modelos de transporte «colaborativo»</i>	1070
IV. Conclusión	1071

CAPÍTULO 39

PLATAFORMAS MULTILATERALES MERCADOS Y CONDUCTAS DESLEALES ENGAÑOSAS RELATIVAS A LA IDENTIFICACIÓN DEL PROVEEDOR REAL DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS VENDIDOS A TRAVÉS DE LA PLATAFORMA	1073
---	------

CONSUELO CAMACHO PEREIRA

I. Las nuevas tecnologías y el desarrollo del mercado a través de las plataformas multilaterales: un reto para el derecho	1074
II. Responsabilidad de la plataforma multilateral por conductas desleales engañosas relativas a la identidad del proveedor del producto y/o servicio	1079
1. <i>Planteamiento de la cuestión: ámbito de aplicación subjetivo</i>	1079
1.1. <i>Normativa aplicable a las conductas desleales engañosas relativas a la identidad del proveedor del producto y/o servicio</i>	1085





	<u>Página</u>
1.2. Responsabilidad de la plataforma multilateral por acciones comerciales propias	1090
1.3. Responsabilidad de la plataforma por prácticas desleales de terceros proveedores	1092
III. Conclusión	1095
IV. Bibliografía	1096

CAPÍTULO 40

LA RELACIÓN ENTRE LOS MODELOS DE NEGOCIO DE LAS ENTIDADES FINTECH Y DE LA BANCA TRADICIONAL DESDE LA PERSPECTIVA DEL DERECHO DE LA COMPETENCIA DESLEAL: A PROPÓSITO DEL LIBRO BLANCO DE LA REGULACIÓN FINTECH EN ESPAÑA	1099
--	-------------

PEDRO MARIO GONZÁLEZ JIMÉNEZ

I. Introducción	1100
II. Sobre la relación de competencia y complementariedad entre los modelos de negocio de las entidades FinTech y de la banca convencional	1103
III. El régimen vigente y las propuestas del libro blanco de la regulación FinTech en España	1105
1. <i>Medidas transversales. «Regulatory sandbox» y divisiones de asesoramiento</i>	<i>1106</i>
2. <i>Asesoramiento y gestión patrimonial</i>	<i>1108</i>
3. <i>Finanzas personales</i>	<i>1109</i>
4. <i>Financiación participativa</i>	<i>1110</i>
5. <i>Medios de pago</i>	<i>1113</i>
6. <i>Criptomonedas</i>	<i>1114</i>
IV. Los artículos 15 y 4 de la ley de competencia desleal como garantes de una competencia honesta entre los modelos de negocio de las entidades FinTech y de la banca convencional	1115
V. Epílogo	1118
VI. Bibliografía	1119





CAPÍTULO 41

LA INCIDENCIA DEL BUQUE AUTÓNOMO EN LA OBLIGACIÓN DE NAVEGABILIDAD DEL BUQUE 1123

JUAN PABLO RODRÍGUEZ DELGADO

I.	Introducción: la tecnología	1125
II.	¿Es el buque autónomo o controlado remotamente un «buque» a los efectos de la normativa internacional marítima?	1129
	1. <i>Definición de buque en las normas internacionales de Derecho público y Privado</i>	1129
	2. <i>Definición de «buque» en las legislaciones nacionales: especial referencia a la LNM</i>	1133
	3. <i>El buque autónomo y su registro: ¿habrá problemas para su inscripción?</i>	1136
III.	Incidencia del buque autónomo en la obligación de navegabilidad	1137
	1. <i>La obligación de navegabilidad en el transporte internacional de mercancías</i>	1137
	2. <i>¿Y qué hacemos con el capitán y la tripulación?</i>	1144
	3. <i>La obligación de navegabilidad, interpretación jurídica y el buque autónomo</i>	1147
IV.	Conclusiones	1148

CAPÍTULO 42

LA REGULACIÓN DEL BLOQUEO GEOGRÁFICO Y OTRAS FORMAS DE DISCRIMINACIÓN EN LA UNIÓN EUROPEA 1153

JUAN ARPIO SANTACRUZ

I.	Introducción	1154
II.	La práctica del bloqueo geográfico	1156
III.	Bloqueo geográfico y libre circulación	1157
	1. <i>Cuestiones previas</i>	1157
	2. <i>Libre circulación y libertad de empresa</i>	1158





	<u>Página</u>
3. <i>Libre circulación de servicios y la prohibición de discriminación por razón de nacionalidad</i>	1161
4. <i>Libre circulación de servicios, distribución y ventas online</i>	1164
IV. Bloqueo geográfico y libre competencia	1166
1. <i>Preliminar</i>	1166
2. <i>Acuerdos entre empresas y discriminación</i>	1167
3. <i>Posición dominante y discriminación</i>	1170
4. <i>Competencia desleal y discriminación (referencia)</i>	1171
V. Bloqueo geográfico y tutela del consumidor	1172
VI. El reglamento (UE) 2018/302 del parlamento europeo y del consejo	1176
1. <i>Preliminar</i>	1176
2. <i>Ámbito de aplicación</i>	1177
3. <i>Bloqueo geográfico y redirección por razón de nacionalidad, lugar de residencia o de establecimiento</i>	1179
4. <i>Condiciones de acceso discriminatorias por razón de nacionalidad, lugar de residencia o de establecimiento</i>	1179
5. <i>Condiciones discriminatorias por razones relacionadas con los pagos</i>	1182
6. <i>Acuerdos sobre ventas activas y sobre ventas pasivas</i>	1183
VII. Conclusiones	1184
VIII. Bibliografía	1186

CAPÍTULO 43

LA UTILIZACIÓN DE CLÁUSULAS DE RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS EN LA ECONOMÍA COLABORATIVA	1191
--	-------------

MARTA GRANDE SANZ

I. Introducción	1192
II. ¿Qué es la economía colaborativa?	1194
III. Agentes de la economía colaborativa	1196





ÍNDICE GENERAL

	<i>Página</i>
IV. Cuestiones clave sobre la economía colaborativa	1197
1. <i>Requisitos de acceso al mercado</i>	1197
2. <i>Regímenes de responsabilidad</i>	1199
3. <i>Protección de los usuarios</i>	1200
4. <i>Trabajadores por cuenta ajena y por cuenta propia en la economía colaborativa</i>	1202
5. <i>Fiscalidad</i>	1203
V. Resolución de conflictos	1203
1. <i>Sistema de tramitación de quejas y reclamaciones de los usuarios</i>	1204
2. <i>Mecanismos de resolución de conflictos</i>	1205
VI. Algunas de las soluciones adoptadas por las plataformas colaborativas para la resolución de los eventuales conflictos	1208
1. <i>Uber</i>	1208
2. <i>Airbnb</i>	1212
3. <i>Wallapop</i>	1215
4. <i>Blablacar</i>	1216
VII. Conclusiones	1218

CAPÍTULO 44

APUNTES SOBRE LA ADMINISTRACIÓN ELECTRÓNICA EN LA NUEVA LEY DE CONTRATOS DEL SECTOR PÚBLICO 1221

ANTONIO DAVID BERNING PRIETO

I. Introducción	1222
II. Las directivas 2014/23/UE y 2014/24/UE, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 26 de febrero de 2014 en relación con la ley 9/2017, de 8 de noviembre, de contratos del sector público y las leyes 39 y 40/2015, ambas de 1 de octubre, de procedimiento administrativo común de las administraciones públicas y régimen jurídico del sector público, respectivamente	1223





	<u>Página</u>
III. La contratación pública electrónica en la nueva LCSP y su- pletoriedad de las leyes 39 y 40/2015	1225
1. <i>El empleo de medios electrónicos en la contratación pública</i>	1226
2. <i>La automatización de procedimientos de contratación</i>	1234
IV. Breves reflexiones finales	1238

Thomson Reuters ProView. Guía de uso

