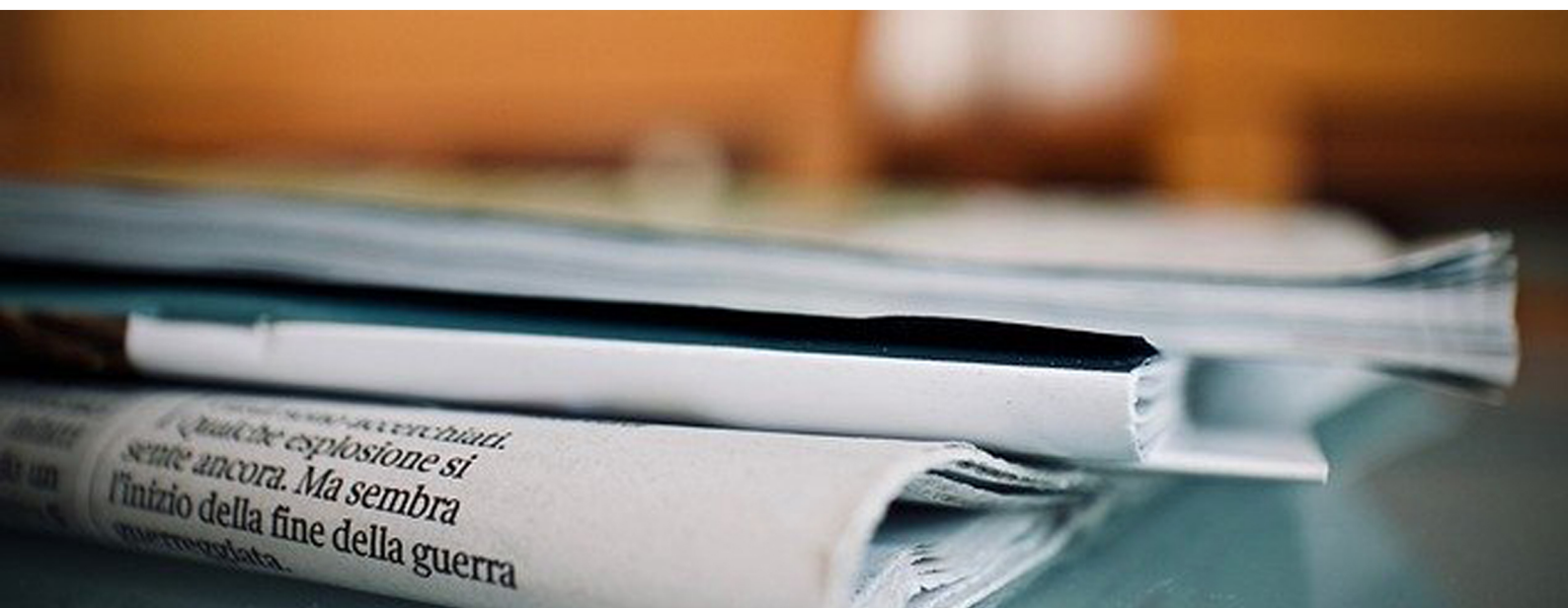




Confederación Española de Comercio



DOSSIER DE PRENSA



Coste salarial por trabajador

Variación 1T 2022/1T 2021 en %, por secciones de actividad

Hostelería	67,8
Artísticas y recreativas	13,6
Inmobiliarias	12,0
Financieras y de seguros	11,5
Otros servicios	10,8
Profesionales, científicas, técnicas	8,9
Comercio y motor	5,9
Transporte y almacenamiento	5,5
MEDIA	5,2

SMI y reforma laboral disparan el coste salarial en hostelería

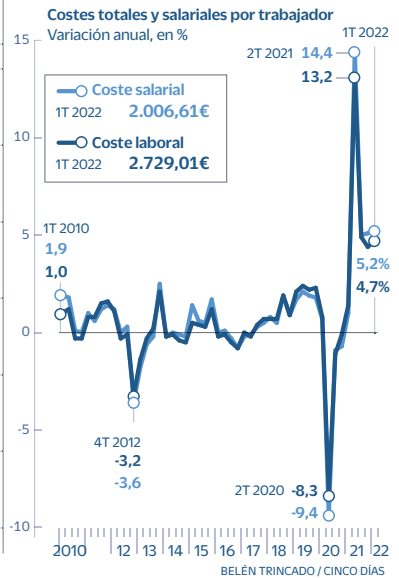
—P26. Editorial P2

► 17 Junio, 2022

Coste laboral en el primer trimestre de 2022 por secciones de actividad

	Coste salarial por trabajador		Otros costes por trabajador		Coste salarial por hora trabajada		Otros costes por hora trabajada	
	En €	Var. en %	En €	Var. en %	En €	Var. en %	En €	Var. en %
Industrias extractivas	2.901,37	-30,3	1.058,06	-2,6	19,81	-31,7	7,23	-4,5
Industria manufacturera	2.226,11	3,4	838,8	-0,1	15,33	1,5	5,77	-2
Suministro de energía eléctrica, gas, vapor y aire	5.973,44	-10,2	1.422,61	-1,8	41,54	-11,2	9,89	-2,9
Suministro de agua, actividades de saneamiento y residuos	2.159,70	4,2	863,46	3,7	16,08	1,5	6,44	1,1
Construcción	1.840,57	3,9	809,08	0,8	12,38	2,2	5,45	-0,5
Comercio y motor	1.777,25	5,9	636,27	3	12,99	2,6	4,66	-0,2
Transporte y almacenamiento	2.006,92	5,5	873,02	4,5	14,53	2,3	6,32	1,3
Hostelería	1.150,73	67,8	422,92	40,2	10,01	2,9	3,68	14
Información y comunicaciones	3.132,44	0	941,63	-2,9	20,76	-2,4	6,25	-5,2
Actividades financieras y de seguros	5.094,38	11,5	1.359,56	13,8	35,18	9,4	9,39	11,7
Actividades inmobiliarias	2.243,76	12	686,49	8,7	16	6,7	4,90	3,6
Actividades profesionales, científicas y técnicas	2.620,60	8,9	800,44	3,5	18,18	5,3	5,56	0
Actividades administrativas y servicios auxiliares	1.384,76	2,2	530,82	2,4	11,4	-1,6	4,37	-1,6
Administración pública y defensa; Seguridad Social	2.315,51	3,5	861,75	5,3	17,16	2,6	6,39	4,4
Educación	1.845,40	4,3	675,57	4,3	16,73	3,8	6,13	4,1
Actividades sanitarias y de servicios sociales	2.036,52	0,1	731,94	2,3	16,47	0,3	5,91	2,2
Actividades artísticas, recreativas y de entretenimiento	1.378,80	13,6	466,81	12,6	13,24	-7,7	4,48	-8,6
Otros servicios	1.417,90	10,8	498,29	4,5	11,38	2,6	4,00	-3,4
TOTAL	2.006,61	5,2	722,4	3,5	15,17	0,4	5,47	-0,9

Fuente: INE



Mercado de trabajo

La subida del SMI y la reforma laboral disparan el coste salarial en la hostelería

El gasto salarial en esta rama repunta un 67% anual entre enero y marzo

Los costes avanzan un 5,2% en España entre sueldos y cotizaciones

P. SEMPERE / R. PASCUAL
MADRID

El coste laboral mensual por trabajador en España alcanzó durante el primer trimestre del año los 2.729,01 euros, un aumento del 4,7% respecto al mismo periodo del año anterior. Este indicador, cuyo abono corresponde al empleador, incluye tanto las cotizaciones sociales y seguros privados como el salario que percibe el trabajador. Este último, en concreto, avanzó un 5,2% anual hasta situarse en los 2.006,61 euros, según los datos publicados ayer por el Instituto Nacional de Estadística (INE). Aunque prácticamente todas las ramas de actividad ven incrementar sus costes laborales, hay una en la que el gasto se dispara especialmente: la hostelería.

En esta actividad en concreto, el salario repuntó un 67,8% respecto al primer trimestre de 2021, hasta los 1.150,73 euros, mientras que el resto de costes au-

mentaron un 40,2%, hasta los 422,92 euros. Pese a las fuertes crecidas, los gastos asociados a esta rama siguen muy por debajo de la media española y se aproximan más al salario mínimo interprofesional (SMI), situado a día de hoy en los 1.000 euros mensuales.

Al analizar los datos actualizados por Estadística, fuentes del diálogo social achacan la subida de los costes en la hostelería principalmente a dos cuestiones relacionadas con las medidas legislativas aprobadas recientemente por el Gobierno. Por un lado, precisamente, está el aumento del SMI y su efecto arrastre en las escalas salariales más bajas. Por otro, la entrada en vigor de parte de la reforma laboral, publicada en el Boletín Oficial del Estado a finales del año pasado.

El alza del salario mínimo del 3,63% en enero hasta los 1.000 euros mensuales en 14 pagas impulsó especialmente los salarios de

este sector, donde esta renta está muy extendida. La decisión legal, por tanto, tira al alza de una buena parte de las retribuciones. Es más, también empuja al escalón inmediatamente superior al salario mínimo (también muy numeroso entre la hostelería), que también debe aumentar, para mantener la diferencia salarial entre categorías.

Por su parte, la reforma laboral también ha impactado en los salarios de este sector en el primer trimestre, ya que a pesar de que las nuevas condiciones contractuales no entraron en vigor hasta el 31 de marzo, hasta ese mes las decisiones empresariales sí se vieron influenciadas por la reforma.

Un ejemplo de ello fue el fuerte incremento, del entorno del 40%, de los costes no salariales en la hostelería (entre los que están la indemnización de finalización del contrato, de 12 días por año trabajada).

Así, muchos contratos se terminaron para transformarse en otros a la espera de la entrada en vigor final de la normativa, con el pago de las correspondientes indemnizaciones.

Finalmente, la menor rotación de los contratos de más corta duración –por la penalización incluida en la reforma– ha podido provocar cierto efecto composición, al quedarse vivos los de mayor duración y, por tanto, mayores salarios.

Según explica el INE, el incremento que experimentan tanto la hostelería como el resto de actividades se debe también al mayor número de horas efectivamente trabajadas, consecuencia de la caída que experimentó durante el primer trimestre el tiempo laboral no productivo. En concreto, se redujeron las horas no trabajadas por razones técnicas, económicas, organizativas y de producción o fuerza mayor, en las que se incluyen a los trabajadores afectados por

un expediente de regulación temporal de empleo (ERTE).

Tras la hostelería, el coste salarial por empleado creció con mayor fuerza en las actividades artísticas, recreativas y de entretenimiento (con un avance del 13% anual); en las actividades inmobiliarias (12%); y en las actividades financieras y de seguros (11,5%). Por el contrario, en la información y las comunicaciones; en las actividades de suministro de energía eléctrica, gas, vapor y aire acondicionado; y en las industrias extractivas, el coste laboral cayó. En el último de los casos, el hundimiento fue del 30%.

El INE también cuantifica en el primer trimestre el número de vacantes. En total, ascendió entre enero y marzo a las 133.988, de las que casi el 90% se registraron en el sector servicios. Cataluña, Madrid y Andalucía acapararon más de la mitad de todas las plazas sin cubrir.

Fuga de trabajadores a otros sectores

► **Falta un 1%.** El ministro de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones, José Luis Escrivá, explicó ayer que la hostelería es uno de los pocos sectores que aún no ha recuperado los niveles de ocupados que tenía antes de la pandemia. De hecho aún le faltaría crecer alrededor de un 1%, algo más de 20.000 trabajadores, para volver a ese nivel. Es más, interpretó que la falta de profesionales de la que se quejan los empresarios de este sector obedece a que la pandemia duró tantos meses que muchos trabajadores se fueron a otras actividades y ya no han vuelto.

▶ 17 Junio, 2022

Guerra eléctrica con la luz al alza

● Díaz alecciona fiscalmente a Montero y trata de capitalizar el nuevo impuesto mientras Calviño y Ribera salen en defensa de la ministra de Hacienda ● El tope al gas del Gobierno fracasa en sus primeros días y no contiene la factura

DANIEL VIANA

GUILLERMO DEL PALACIO MADRID

Díaz frente a Montero. O, más bien, Díaz frente a Montero, Ribera y Calviño. Una parte del Gobierno frente a otro tratando de capitalizar el impuesto o recargo que el Ejecutivo quiere aplicar a las eléctricas y también a las petroleras. Que todavía no se sabe cómo se llevará a cabo y mientras la hasta ahora gran apuesta de Moncloa está lejos de lograr sus objetivos. Porque después de meses de lucha para aplicar la denominada excepción ibérica con la que contener el precio de la luz, el resultado es justo el contrario. Es pronto, pero por ahora es un fracaso.

Por ello, el Ejecutivo ha centrado ahora su discurso económico en que «las eléctricas y las empresas de hidrocarburos deben aportar más». Y aunque desde el PSOE defienden que la fiscalidad es terreno de la ministra de Hacienda, la vicepresidenta segunda, Yolanda Díaz, no ha dudado en proponer, exigir e incluso aleccionar a Montero. Esto último lo hizo ayer por la mañana desde Bruselas de la siguiente manera: «Con todo el cariño a la ministra de Hacienda, he de decirle que no es posible crear este impuesto a través de los Presupuestos Generales», apuntó Díaz. Y añadió, por si había alguna duda: «No es posible crear este impuesto a través de la Ley de Presupuestos por puro mandato constitucional, por tanto, en este caso, nos asiste la razón y sí, hay que legislar con carácter inmediato para crear esta figura impositiva».

La afirmación causo perplejidad en Hacienda porque, sostienen, Montero nunca ha propuesto incluir el impuesto en los Presupuestos ya que efectivamente es algo



La vicepresidenta segunda del Gobierno, Yolanda Díaz, y la ministra de Hacienda, María Jesús Montero. EUROPA PRESS

que no se puede hacer. Lo que sí había apuntado en alguna ocasión, cierto es, es que dentro del proceso de negociación de los Presupuestos se analizaría si las empresas que se están beneficiando de los elevados

precios deben realizar «algún tipo de aportación adicional». Pero, en todo caso, en Hacienda sorprende que la vicepresidenta segunda quiera dar una clase rápida de fiscalidad el propio Ministerio.

Montero, por su parte, tuvo que hacer equilibrios durante todo el día para no dejar en evidencia a su vicepresidenta, y se limitó a señalar que «hay acuerdo» en que las apuntadas compañías deben aportar

más y que esto debe comenzar a ocurrir cuanto antes. Esta premura hace que en Hacienda estén ahora mismo contemplando más opciones que el propio impuestos. Alternativas o complementarias. Por



ejemplo, introducir modificaciones en el impuesto de Sociedades elevando el tipo efectivo, ampliando la base imponible del impuesto o cambiado la fiscalidad en los beneficios extraordinarios. Esto se podría hacer de manera casi inmediata, junto con la ampliación del descuento de 20 céntimos que vence a final de este mes, aunque el impacto sería limitado. Un impuesto, en cambio, sí aportaría mucho más en términos de recaudación, aunque se requerirían meses para comenzar a aplicarlo.

«Ahora mismo en los despachos del Ministerio se está trabajando con todas esas posibilidades», insis-

Díaz le dijo a Montero, «con todo el cariño», cómo se debe crear un nuevo gravamen

ten en Hacienda, dejando claro que, se haga lo que se haga, serán ellos quienes lo definan. Y en esa misma idea incidieron tanto la vicepresidenta primera, Nadia Calviño, como la vicepresidenta tercera y ministra para la Transición Ecológica, Teresa Ribera. «En materia fiscal, me remito a lo que haya explicado la ministra de Hacienda», afirmó la primera; «hay que estar más pendiente de lo que diga Montero que Díaz», le espetó la segunda a la también ministra de Trabajo.

Con este nuevo y desconcertante enfrentamiento en el seno del Gobierno, pareció o incluso se trató de dejar en segundo plano que el mencionado tope al gas ha arrancado con una repercusión mucho menor de lo que se esperaba. El plan del Ejecutivo era que redujese la factura eléctrica entre un 15% y un 20%, pero su llegada el miércoles 15 coincidió con una tormenta perfecta, así que aterrizó con turbulencias. Desde entonces, la luz no ha dejado de subir en el mercado mayorista. Tampoco el gas que se utiliza para su generación ni la compensación que hay que pagar a las centrales de ciclo combinado por la excepción ibérica.

A esto hay que unir una ola de calor que también tensiona el sistema –aumenta la demanda por refrigeración– y un descenso también considerable en la aportación de la eólica. El gas es la única alternativa sencilla, rápida y relativamente limpia a la que se puede recurrir y lleva dos días aportando más del 40% de la energía del país.

Las buenas noticias para el Gobierno es que, en teoría, todo esto debería mejorar próximamente cuando el viento vuelva a mover los aerogeneradores y las temperaturas caigan algo. Incluso el precio del gas podría bajar si Gazprom vuelve a bombear el combustible a través del gasoducto Nord Stream al ritmo al que lo hacía antes de comenzar a presionar por las sanciones, cuando redujo la producción diaria de 167 millones de metros cúbicos a 67.

▶ 17 Junio, 2022

Los nuevos máximos del carburante meten más presión al Gobierno

El Ejecutivo debate cómo prorrogar las actuales medidas e introducir otras adicionales

JOSÉ LUIS ARANDA, Madrid
Los precios de la gasolina y el gasóleo no dan tregua. Los importes marcan nuevos máximos, encaramándose por encima de los dos euros en origen para ambos tipos de combustible, justo cuando quedan dos semanas para el final de la actual ayuda de 20 céntimos por litro que el Gobierno puso en marcha en abril. No hay duda de que las subvenciones no acabarán el 30 de junio, pero el Ejecutivo todavía no ha detallado si las prorrogará en su actual formato (que no impide que la gasolina salga al consumidor más cara que a finales de marzo, pese al descuento obligatorio) o si añadirá nuevas medidas. "Todo está abierto", indican fuentes del Gobierno.

Pocos ministros han podido evitar hablar últimamente de lo que pasará con las ayudas. Los últimos datos del mercado tampoco ayudan. El litro de gasolina se paga esta semana en España a una media de 2,117 euros, un 3,3% más que hace siete días. Ese importe, que recoge el último *Boletín Petrolero de la Unión Europea*, no tiene en cuenta la subvención. Aplicando el descuento, ir ahora al surtidor sale 10 céntimos más caro que antes de aprobarse la ayuda, ya que desde finales de marzo la gasolina se ha encarecido 30 céntimos en origen.

En el caso del diésel, la ayuda todavía supone tres céntimos de ahorro, ya que el litro es 17 céntimos más costoso que antes de la entrada en vigor de la subvención, el 1 de abril. Pero, aun así, el gasoil lleva tres semanas batiendo su plusmarca y en el boletín europeo supera, por primera vez, los dos euros por litro (2,004).

¿Cómo se traslada eso a los consumidores? Con los importes actuales, llenar un depósito de tamaño mediano (55 litros) sale a 116,4 euros para un coche de gasolina y a 110,2 euros para un diésel. En ambos casos hay que descontar 11 euros de la subvención, lo que supone que al final los con-

Evolución del precio de los carburantes



* El 1 de abril entró en vigor un descuento obligatorio de 20 céntimos por litro

Fuente: Boletín Petrolero de la UE.

EL PAÍS

ductores de un vehículo a gasolina pagan ahora 5 euros más que a finales de marzo y los que usan gasóleo se ahorran dos euros.

El descuento de 20 céntimos por litro, cuyo impacto Hacienda estimó en 1.423 millones de apli-

carse durante tres meses, ha sido cuestionado desde que se aprobó. Por un lado, no sirve (o no ha servido hasta el momento) para frenar la escalada de precios, algo que expertos como el profesor colaborador de la UOC Antoni Cun-

Desde los ministerios se duda de que una solución universal sea la más adecuada

Unidas Podemos pide la extensión de todo el escudo social hasta fin de año

yat atribuyen a "la falta de competencia en el mercado de hidrocarburos". Este se concentra en unas pocas productoras que habrían absorbido parte de la subvención, pese a que se diseñó de manera que el Estado asume 15 céntimos

de la ayuda y los cinco céntimos restantes corren a cuenta de estas empresas. En el lado opuesto, la patronal de estaciones de servicio CEEES (que agrupa 4.000 gasolineras gestionadas por pymes, algunas como franquicias de las grandes marcas), admite que "los precios siguen subiendo y no se sabe hasta cuándo". El director general de esa organización, Nacho Rabadán, insiste en que no se puede hacer "un pronóstico cierto" de hasta qué importe llegarán los combustibles en un contexto de incertidumbre por la guerra.

La segunda duda, alimentada desde el propio Ejecutivo, es si una solución universal, dirigida a todos los conductores, sin considerar su poder adquisitivo, es la más adecuada y resulta sostenible. La vicepresidenta tercera y ministra para la Transición Ecológica, Teresa Ribera, ya expresó en abril que, de persistir la situación, ese sería un aspecto a revisar. A falta de dos semanas para que finalice el plazo inicial de la medida, las cosas parecen estar en el mismo punto. "Parece, por ahora, que lo recomendable es seguir manteniendo un descuento generalizado", dijo este miércoles. En las mismas declaraciones, recogidas por EP, admitió que el Ejecutivo estudia cómo "focalizar más el esfuerzo en los colectivos profesionales, en los grupos más vulnerables o en las clases medias".



Precios de los combustibles, ayer en la gasolinera de la calle Príncipe de Vergara, en Madrid. / SAMUEL SÁNCHEZ



Con la posibilidad de que esas medidas vinieran por el lado de la fiscalidad, las miradas se han detenido también esta semana en la ministra de Hacienda, María Jesús Montero. Esta aseguró, también el miércoles, que “la bonificación de carburantes generalizada está protegiendo fundamentalmente a la clase media”, por lo le parece “conveniente” su prórroga. Pero Montero dejó claro que eso no excluye que el Gobierno esté estudiando fórmulas para “que aquellos que gozan de un mayor privilegio de renta contribuyan en mayor medida”. Ambos debates, completó, son “complementarios y no son antagónicos”.

Plazo apurado

Las únicas propuestas concretas que se han conocido han llegado de la parte de Unidas Podemos en el Ejecutivo. El Ministerio de Derechos Sociales, encabezado por Ione Belarra, ha pedido la extensión de todo el escudo social (que incluye las ayudas a los carburantes y otras medidas como los topes de actualización a los alquileres) hasta final de año. Además, en ese departamento han insistido en complementar las actuales medidas con otras nuevas, como una rebaja sustancial del precio del transporte público mediante un fondo de compensación a Comunidades Autónomas y Ayuntamientos para que abaraten sus abonos de transporte.

Si algo de eso aparecerá o no en el decreto de prórroga, todavía no se sabe. Un portavoz de Transición Ecológica admite que ha habido debate con la idea de centrar más las ayudas en los más vulnerables, pero resalta la “complejidad” de implementar algunas soluciones, lo que está en manos del equipo económico del Gobierno. En los ministerios económicos cunde la discreción, aunque fuentes del Ejecutivo señalan que “lo más probable” es que la subvención siga como está a partir de julio. Insisten en el argumento de que lo contrario “es muy complejo, y por eso lo más razonable es prorrogarla tal cual”. Pero nadie se atreve a asegurarlo. Más consenso hay en que difícilmente el asunto llegará al Consejo de Ministros del próximo martes. Y eso, salvo consejo extraordinario, deja el martes 28 de junio como la fecha más probable para conocer las ayudas a los combustibles que se aplicarán en verano.

IBEX 35 ▲ 0,75%

/ EUROSTOXX 50 ▲ 1,08%

/ S&P 500 ▼ -3,25%

/ EUR X USD ▼ -0,209%

/ PETROLEO BRENT ▲ 0,726%

EL PAÍS ECONOMÍA

= CincoDías



ACTUALIDAD

Santander nombrará a Héctor Grisi como nuevo consejero delegado en sustitución de José Antonio Álvarez

»

Legal



TRIBUNA >

Comercio online, marketplaces y responsabilidad marcario: balón de oxígeno para Amazon desde Europa

Christian Louboutin podría perder el litigio contra empresas del grupo Amazon por el uso que hacen terceros de sus productos en la plataforma

5D

JOSÉ CARLOS ERDOZÁIN LÓPEZ



REUTERS

[Ir a comentarios](#)

Madrid | 17 JUN 2022 - 08:10 CEST

El abogado general Sr. Szpunar ha presentado sus conclusiones relativos a una cuestión prejudicial ante el TJUE, en el marco de un litigio entre Christian Louboutin y diversas empresas del grupo Amazon. La cuestión debatida es si una plataforma de distribución digital (Amazon) infringe los derechos de marca de la famosa “suela roja” por el hecho de permitir a vendedores ofrecerla a través de su plataforma.

La cuestión planteada se refiere a cuál es la responsabilidad de los prestadores de un servicio de intermediación de la sociedad de la información por la venta de productos falsos a través de plataformas digitales de venta. A priori la tentación del titular de la marca o del derecho de propiedad intelectual infringido es responsabilizar de esas ventas al intermediario digital, al entender que corresponde a este el control técnico de su plataforma y, sobre todo, al ser muy complicado en la práctica perseguir al oferente directo del bien.

Esta ha sido la solución legal desde los albores del comercio electrónico. Recordemos, no obstante, que la Directiva 2000/31/CE no imponía a los prestadores de servicios de la sociedad de la información la obligación de monitorización de todos los contenidos de sus plataformas. Pero desde 2000 han sido numerosas las disposiciones **particulares** que han abordado la cuestión de la responsabilidad de las plataformas digitales por el contenido que ofrecen en red.

En este contexto, surge la cuestión de si una plataforma digital de venta en línea (i.e. Amazon) **usa** una marca en el sentido del artículo 9.2.a) del Reglamento (UE) 2017/1001. En otras palabras: ¿puede entenderse que el titular de una marca está facultado para impedir a “cualquier tercero” el **uso** en el tráfico económico de su signo? La particularidad del asunto proviene del hecho de que modelos de venta digital como Amazon se estructuran sobre ventas propias (de la plataforma) y ventas de terceros (con quienes la plataforma suscribe acuerdos de distribución).

Como se señala en las conclusiones del abogado general, estamos ante un modelo híbrido, evolucionado a partir de un modelo meramente intermediario, donde es preciso determinar si la plataforma digital de comercio electrónico **usa** la marca en el sentido expuesto, o no. A fin de responder el interrogante planteado, resulta determinante detenerse en cómo se ofrecen los productos a través de este tipo de plataformas. El Sr. Louboutin pone énfasis en esta circunstancia y atribuye a las plataformas un papel activo en **toda** venta de productos a través de ellas. Sin embargo, Amazon se defendía de tal argumento señalando que los productos de terceros no forman parte de su propia oferta comercial, sino que se trata de servicios accesorios al suyo que no es otro que el de intermediación.

Tras analizar los distintos intereses, el abogado general se decanta por que, en consonancia con jurisprudencia anterior del TJUE, el término “uso” del artículo 9.2 del Reglamento (UE) 2017/1001 debe interpretarse en un sentido de comportamiento activo y dominio, directo o indirecto, del acto que constituye el uso del signo del tercero.

Es más, propone que, en un modelo de comercio electrónico como el de Amazon, donde no se distinguen sus propias ofertas de las de terceros, y donde se incluye su logo de distribuidor para dotar de renombre al proceso de venta y entrega al consumidor final, la utilización de signos distintivos de terceros no deba entenderse necesariamente dentro del ámbito de aplicación del art. 9.2.a) del Reglamento (UE) 2017/1001. Pero la interpretación propuesta tiene un límite: siempre que la utilización de los elementos que conforman la oferta no induzca a un consumidor avezado e informado a percibir la marca del titular como parte integrante del proceso comercial de la plataforma.

En mi opinión, el abogado general acierta en sus conclusiones. La cuestión de si hay un uso marcario por parte de una plataforma digital de distribución debe analizarse con cuidado, so pena de estrangular de forma crítica este tipo de comercio electrónico. Si se entendiera que **cualquier uso** de una marca de un tercero por una plataforma digital entra dentro del concepto de **uso** marcario, el comercio electrónico estaría prácticamente condenado. Pero, siendo lo anterior respetuoso con el derecho de marcas, me pregunto si la propuesta de interpretación ofrecida por el abogado general no conlleva dificultades prácticas, puesto que ¿no implica esta solución interpretativa, en el fondo, dejar a los tribunales ordinarios la decisión sobre cuándo la oferta hecha por la plataforma **es percibida** por los consumidores como propia o no? ¿No se trata, en suma, de una decisión muy **subjetiva**, no delimitada de forma **objetiva** suficientemente? Es razonable pensar entonces que, si el TJUE hace suyas las conclusiones del abogado general, las plataformas digitales se esfuerzan sobremanera en distinguir las ofertas de terceros de las suyas propias. Pero, en realidad, ¿pueden ambas dissociarse fácilmente en un modelo como el de Amazon o Ali Express?

José Carlos Erdozain, of counsel de PONS IP.