

¿SON LAS PLATAFORMAS DE ECONOMÍA COLABORATIVA PROVEEDORES DE UN SERVICIO EN EL MARCO DE UNA RELACIÓN DE CONSUMO?

Are collaborative economy platforms providers of a service within the framework of a consumer relationship?



Rocío Llanos Navarro 1

RESUMEN: En este artículo se pretende definir los alcances de la responsabilidad en materia de protección al consumidor, de las plataformas digitales bajo el esquema de economía colaborativa en el Perú.

PALABRAS CLAVE: economía colaborativa, consumidor, proveedor, consume colaborativo, taxi, protección al consumidor, Uber, intermediación.

ABSTRACT: This paper is intended to frame the overall context of responsibility in the area of consumer protection, of digital platforms under sharing economy in Peru.

KEYWORDS: sharing economy, consumer, business, collaborative consumption, taxi, consumer protection, Uber, intermediation.

1 Abogada por la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Con Maestría en Derecho de la Empresa en la misma Casa de Estudios. Becaria del “Workshop on eCommerce Entrepreneurship 2018” y “Workshop on e-Commerce Applications 2017” del International Cooperation and Development Fund, y del “Public Key Infrastructure Training 2017” del Institute for Information Industry en la República de China. Speaker en el e-Commerce Day 2016, e-Summit Perú 2016, así como en diversos eventos académicos en materia de protección al consumidor y comercio electrónico. Actualmente, es Docente en el Diplomado de Comercio Electrónico de la Cámara de Comercio de Lima, del Curso de Protección al Consumidor y del Curso de Extensión Universitaria del Indecopi, y viene laborando como Ejecutivo 2 en la Comisión de Protección al Consumidor N° 2 del Indecopi.

La economía colaborativa ha sido disruptiva. Sus plataformas – Globo, Rappi, Uber, Cabify, por mencionar algunas – han cambiado nuestra forma de consumir productos y servicios, y es que se ha democratizado el uso de la tecnología¹ generando que todos podamos acceder a sus beneficios ya sea como usuarios finales o inclusive como prestadores directos².

Sin embargo, mientras que la economía colaborativa avanza exponencialmente año a año, no existe consenso en la Autoridad de Consumo respecto a si estas plataformas actúan como proveedores de productos o servicios que emplean medios digitales – al por ejemplo, definir el precio del servicio (Airbnb o Uber), o al evaluar y seleccionar a los prestadores directos del servicio (Easy Taxi o Cabify)– o si actúan únicamente como punto de contacto entre los prestadores directos y los consumidores finales.

En efecto, las plataformas de consumo colaborativo en el sector de transporte³ de pasajeros, más conocidas como plataformas de taxi, han sido definidas por la Autoridad de Consumo del Indecopi, en lo que va del 2019, – por un lado, en la Resolución Final N° 203-2019/SPC-INDECOPI – como proveedores que emplean medios digitales para prestar el servicio de transporte terrestre de pasajeros, es decir, como meras empresas de taxi, y –

por otro lado, en la Resolución Final N° 2562-2018/CC2 – como empresas intermediarias que permiten el contacto entre el prestador directo del servicio y los usuarios finales.

Como podemos observar, las plataformas de economía colaborativa han recibido un tratamiento distinto, y hasta cierto punto, antagónico en las diferentes instancias de la Autoridad de Consumo. Sin embargo, ¿cuál de estas posiciones es acorde con la normativa y/o jurisprudencia administrativa vigente?

¿Qué entendemos por comercio electrónico?

En 19984, el Consejo General de la Organización Mundial del Comercio (OMC) adoptó el Programa de Trabajo sobre el Comercio Electrónico, documento en el que señaló que la expresión “comercio electrónico” comprendería la producción, distribución, comercialización, venta o entrega de bienes y servicios por medios electrónicos.

Al adoptar esta definición, la OMC entendía que podía denominarse comercio electrónico a cualquiera de las etapas necesarias para el intercambio comercial de bienes o servicios, que empleen el uso de la electrónica, como por ejemplo, al comercio realizado a través

1 MELLADO, Rosario, “Consumo colaborativo en la era digital: Mucho más que Uber” En: <http://marketinglink.up.edu.pe/consumo-colaborativo-la-digital-mucho-mas-uber/>. Fecha de revisión: 23 de octubre de 2017

2 Un prestador directo es aquel proveedor que participando o no en el perfeccionamiento del contrato de consumo, ejecuta la prestación pactada.

3 A la fecha ya no resulta posible hablar solo del servicio de transporte terrestre brindado por Uber, en tanto esta empresa ha presentado *Uber Elevate* o *Uber Copter*, a través del cual puede brindar viajes en helicóptero en New York.

4 Organización Mundial del Comercio, “Programa de Trabajo: Comercio Electrónico”. En: https://www.wto.org/spanish/tratop_s/ecom_s/wkprog_s.htm. Fecha de revisión: 20 de octubre de 2019

¿Son las plataformas de economía colaborativa proveedores de un servicio en el marco de una relación de consumo?

de la radio, televisión, telefonía, fax, correos electrónicos, y la Internet.

Posteriormente, en febrero de 2013, el Comité de Comercio y Desarrollo de la OMC emitió el documento “El Comercio Electrónico, el Desarrollo y las Pequeñas y Medianas Empresas”, en el cual destacó la importancia de la Internet en el desarrollo vertiginoso del comercio electrónico, concluyendo que se entendería por comercio electrónico a la compra o venta de bienes o servicios realizada a través de redes informáticas por métodos específicamente diseñados para recibir o colocar pedidos, esto es, al comercio realizado a través de la Web, de Extranet o el intercambio electrónico de datos.

Es más, en este documento de trabajo, la OMC declaró expresamente que no se incluiría en esta definición a los pedidos por teléfono, por fax o mediante correo electrónico mecanografiado manualmente.⁵

Atendiendo a lo expuesto, entenderemos por comercio electrónico a cualquiera de las etapas de una actividad económica (producción, distribución, comercialización y exportación) realizada a través de redes informáticas.

A la fecha, ya podemos señalar que la forma tradicional de realizar comercio electrónico es mediante tiendas virtuales o e-store, esto es, a través un sitio web con una pasarela de pagos activa, que permita la concreción

de transacciones a través de la internet. En ese sentido, encontramos otras formas de desarrollar comercio electrónico, como el centro comercial virtual o e-mall; las cuponerías; los marketplaces; la extranet; o, en base a modelos de economía colaborativa.

¿Qué es la Economía Colaborativa?

Por el año 2007, Ray Algar acuñó el término *collaborative consumption*⁶ – consumo colaborativo, definiéndolo como una consecuencia de la conectividad global a la Internet, que permitía – por ejemplo – que los usuarios intercambiaban bienes y servicios en plataformas de manera directa y sin intermediarios; que Wikipedia o Tripadvisor continuaran creciendo alimentándose de las recomendaciones y de cualquier tipo de información brindada por los usuarios; o que éstos se organicen en grupos de compradores que puedan negociar descuentos grupales.

Como se puede apreciar, este consumo colaborativo se basa en transacciones *peer to peer* (P2P), de usuario de internet a usuario de internet, y combinadas con el comercio electrónico, han generado el fenómeno global de la economía colaborativa. En ese sentido, las transacciones *peer to peer* constituyen un elemento esencial para el desarrollo de la *sharing economy*.

5 Organización Mundial del Comercio, “El Comercio Electrónico, el Desarrollo y las Pequeñas y Medianas Empresas”, Documento de Trabajo WT/COMTD/W/193. En: <https://www.wto.org>. Fecha de revisión: 20 de octubre de 2019

6 Ray Algar, Collaborative Consumption. En: <https://www.oxygen-consulting.co.uk/insights/collaborative-consumption/>
Fecha de revisión: 23 de octubre de 2019

En nuestro país, en la Agenda Digital⁷ del Indecopi, emitida en el 2018, se precisó que la economía colaborativa requería de la existencia de bienes subutilizados; la existencia de mercados digitales con múltiples oferentes y consumidores; y, la reducción de los costos de transacción y de la asimetría informativa, a consecuencia del uso del Big Data para analizar la información brindada por los múltiples consumidores, y adoptar sistemas de calificación del servicio y reputación de los ofertantes y consumidores.

En efecto, el segundo elemento de la economía colaborativa son los bienes subutilizados. Éstos son aquellos que – por cualquier motivo – no vienen siendo empleados al 100% por sus propietarios, como habitaciones libres; vehículos que por su falta de uso se encuentren guardados en el garaje; tiempo libre que puede ser empleado para pasear mascotas o hacer compras; y la lista sigue.

El tercer elemento de la economía colaborativa son las plataformas en línea de tipo comunitario, las cuales permiten la conexión P2P; de allí que para Koopman, Mitchell and Thierer, la economía colaborativa comprenda cualquier tipo de mercado que emplee las redes de Internet para permitir

el intercambio o comercialización de bienes subutilizados, entendiéndose por intercambio a la obtención de beneficios no monetarios, y por comercialización, cuando se obtenga una contraprestación⁸.

Como puede verse, las plataformas de economía colaborativa permiten que “cualquier persona pueda convertirse en proveedor, y que los consumidores accedan a más y mejores servicios”⁹, posibilitando la concreción de transacciones que resultan atractivas para los involucrados, al ser recíprocas y al aprovechar recursos subutilizados.

En ese sentido, la economía colaborativa comprende cualquier actividad, basada en redes P2P, consistente en adquirir, distribuir, comercializar o permitir la comercialización de bienes y servicios¹⁰ subutilizados, entre los propietarios de éstos y los consumidores finales que requieran disfrutarlos, evidenciándose dos (2) tipos de usuarios de la plataforma:

Los prestadores de los bienes o servicios subutilizados, y los consumidores finales o beneficiarios de estos bienes o servicios, entre quienes se desarrolla una relación que puede ser Consumer to Consumer (C2C), o Business

7 Christopher Koopman, Matthew Mitchell, and Adam Thierer, “the sharing economy: issues facing platforms, participants, and regulators”, pp. 3-5. En : https://www.ftc.gov/es/system/files/documents/public_comments/2015/05/01635-96127.pdf

Fecha de revisión: 10 de octubre de 2019

8 Christopher Koopman, Matthew Mitchell, and Adam Thierer, “the sharing economy: issues facing platforms, participants, and regulators”, pp. 2. En : https://www.ftc.gov/es/system/files/documents/public_comments/2015/05/01635-96127.pdf

Fecha de revisión: 10 de octubre de 2019

9 Indecopi, “Agenda Digital” pp. 41

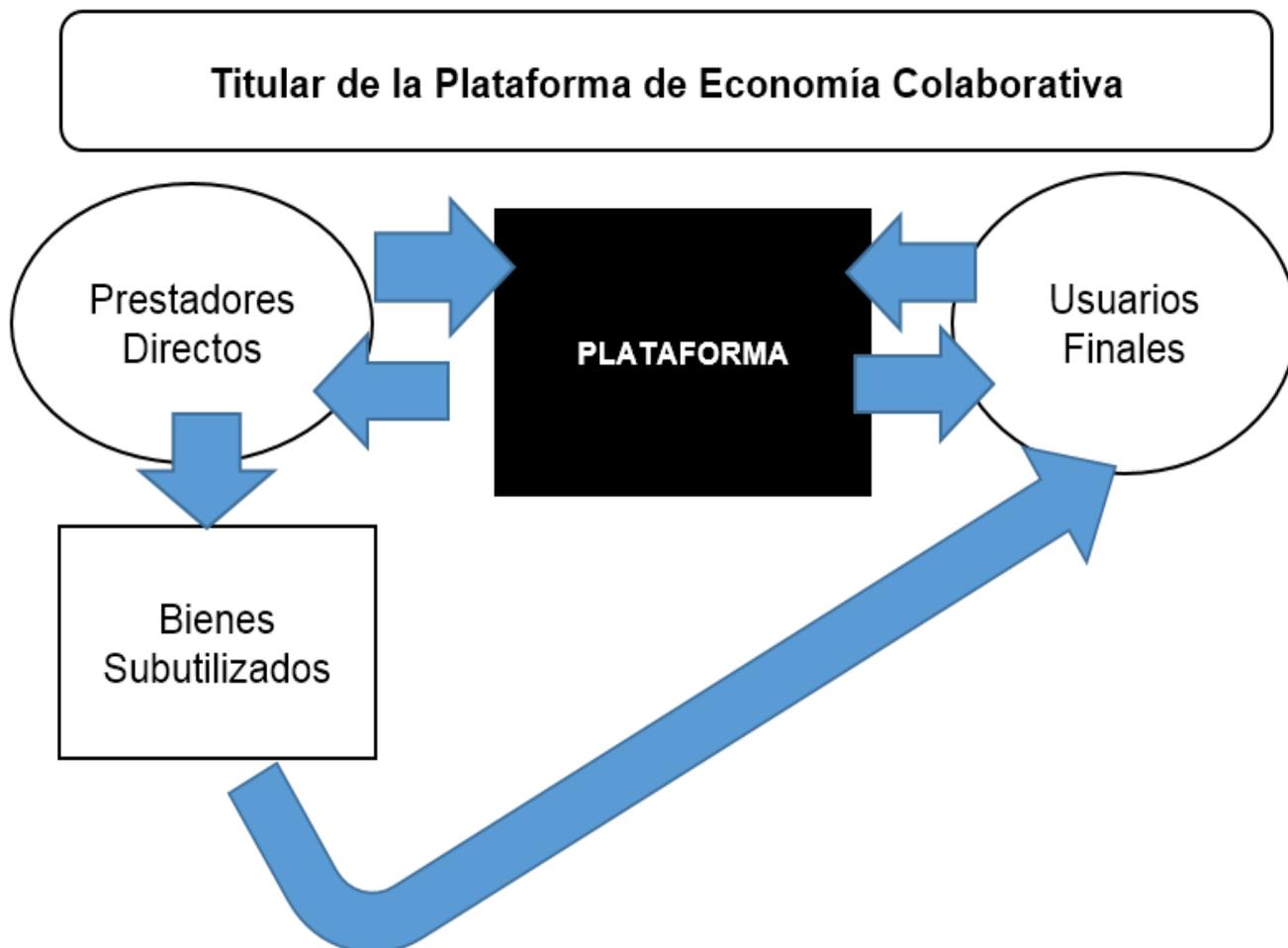
En : <https://www.indecopi.gob.pe/documents/20182/2507390/Agenda+digital+16.05.2018.pdf/d26e97bd-8fe6-1911-7bd2-e0ec0645e940>

Fecha de revisión: 9 de octubre de 2019

10 Organización Mundial del Comercio, “Las tecnologías digitales y sus efectos económicos en el comercio” https://www.wto.org/spanish/res_s/publications_s/wtr18_3_s.pdf

¿Son las plataformas de economía colaborativa proveedores de un servicio en el marco de una relación de consumo?

to Consumer (B2C), dependiendo del grado de habitualidad del prestador directo y de su vocación de permanencia en el mercado¹¹.



Elaboración: Propia

Fecha de revisión: 23 de octubre de 2019

11 En el marco del C2C, para analizar en qué momento un consumidor deja dicha fase y empieza a actuar como proveedor, se evalúa su habitualidad y su vocación de permanencia en el mercado. Piénsese, no es lo mismo que un consumidor venda a través de la Internet su laptop porque ha adquirido una nueva, que una persona que se dedica a la venta por Internet de laptops de segundo uso. Si es que ingresó al mercado sin vocación de permanencia, y termina realizando numerosas transacciones comerciales, se advierte que en algún momento migró de su posición de consumidor a la de proveedor, con los deberes y responsabilidades derivados de esta nueva posición.

¿Prestador Directo del producto o servicio comercializado por la plataforma?

Como podrá advertirse, al tratarse de una conexión P2P, esto es, entre un prestador directo y un consumidor final, será aquél – y no el titular de la plataforma de economía colaborativa – quien preste el producto y/o servicio contratado por el consumidor final.

Por ejemplo, Easy Taxi se presenta como una comunidad de usuarios cuya labor consiste en contactar a usuarios conductores con usuarios pasajeros¹², a través de su App, para la prestación del servicio de transporte. Como puede observarse, Easy Taxi es una plataforma de economía colaborativa, y en el año 2015, difundía los siguientes mensajes publicitarios: “Pedir un taxi nunca ha sido tan fácil”; y, “NO SOMOS UNA CENTRAL, somos un sistema que conecta al pasajero de manera directa con el taxista”, entre otros¹³.

Al advertir dicha información, la Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal N° 1 del Indecopi (en adelante, CFCL) inició un procedimiento administrativo sancionador

contra Easy Taxi al considerar que dicha plataforma habría difundido publicidad que daría a entender erróneamente a los consumidores finales que sería una empresa prestadora del servicio de taxi, cuando en realidad solo brindaba “el servicio de plataforma de comunicaciones”¹⁴.

Easy Taxi se defendió negando que su publicidad diera a entender a los consumidores que se trataría de una empresa prestadora del servicio de taxi; señaló que al interior de su comunidad de usuarios, se empleaba el término “nuestros usuarios” para referirse tanto a los usuarios conductores como a los usuarios pasajeros; y, precisó que la frase: “Todos nuestros taxistas están registrados” solo hacía referencia a que sus usuarios conductores pasaban por un proceso de registro antes de iniciar sus actividades como prestadores directos del servicio de taxi.

Sobre el tipo de servicio que prestaba Easy Taxi, la CFCL refirió que dicha empresa constituía “una plataforma que permite en conectar de forma automática y rápida a una persona que necesita un taxi con un prestador de dicho servicio”¹⁵, esto es, que solo contactaba a los consumidores finales

12 Resolución Final N° 099-2015/CD1-INDECOPI del 19 de agosto de 2015, pp. 3

13 “Pedir un taxi nunca ha sido tan fácil. Con nuestra App para IOS y Android puedes llamar a un taxi desde cualquier lugar de la ciudad y ver el recorrido mientras nuestro taxi llega a tu ubicación.”; “(...) Para su seguridad nuestra aplicación muestra la foto y el nombre del taxista junto con las características del vehículo (...);” “Easy Taxi es una aplicación para smartphones de fácil uso que lo ayudará a conseguir más pasajeros. ¡Conectamos al taxista directamente con el pasajero!”; “NO SOMOS UNA CENTRAL, somos un sistema que conecta al pasajero de manera directa con el taxista. Esto resulta ser un servicio más rápido para el pasajero y para que todos los taxistas cerca del pasajero puedan atender un servicio.”; “EASY TAXI es una aplicación para smartphones que conecta al pasajero con el taxi disponible más cercano.”; “EASY TAXI es una aplicación para smartphones que llama a su taxi gratuitamente con tan sólo un click.”.

14 En la Resolución Final N° 099-2015/CD1-INDECOPI del 19 de agosto de 2015, pp. 3, se precisó lo siguiente: “Mediante la Resolución de fecha 22 de diciembre de 2014, la Secretaría Técnica de la Comisión de Fiscalización de Competencia Desleal imputó los siguientes cargos contra Easy Taxi: (a) La presunta comisión de actos de competencia desleal en la modalidad de violación de normas, supuesto ejemplificado en el literal b) del numeral 14.2 del artículo 14 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal, debido a que estaría concurriendo en el mercado prestando el servicio de taxi sin contar con la autorización de la GTU de la Municipalidad Metropolitana de Lima, inobservando lo establecido en el artículo 11 de la Ordenanza que regula la prestación del Servicio de Taxi en Lima Metropolitana. (b) La presunta comisión de actos de competencia desleal en la modalidad de engaño, supuesto ejemplificado en el artículo 8 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal, por la difusión de publicidad que daría a entender erróneamente a los consumidores que sería una empresa prestadora del servicio de taxi; cuando en realidad ello no sería cierto, toda vez que sería una empresa prestadora del servicio de plataforma de comunicaciones”.

15 Resolución Final N° 099-2015/CD1-INDECOPI del 19 de agosto de 2015, pp. 14

¿Son las plataformas de economía colaborativa proveedores de un servicio en el marco de una relación de consumo?

con los prestadores directos, y por tanto, que no prestaba directamente el servicio de taxi. Nótese que si bien la CFCL señaló que Easy Taxi conectaba usuarios finales con prestadores directos a través de una plataforma comunitaria, no incluyó en su pronunciamiento ni el término “plataforma de economía colaborativa”, ni hizo mención al consumo colaborativo.

Además, respecto a los cargos contra Easy Taxi, concluyó correctamente que los mensajes publicitarios difundidos por dicha plataforma, permitían que un consumidor entienda fácilmente que Easy Taxi no prestaba directamente el servicio de taxi, y que solo contactaba a los consumidores finales con los prestadores directos, desestimando los cargos formulados contra la referida plataforma.

En efecto, una plataforma de economía colaborativa que conecte consumidores (usuario final) con prestadores directos del servicio de taxi (usuarios taxistas), no actúa como prestador de servicio de transporte alguno, sino que intermedia entre estos dos tipos de usuarios.

En ese sentido, resulta errada la posición de la Sala Especializada en Protección al Consumidor contenida en la Resolución Final N° 203-2019/SPC-INDECOPI¹⁶ como en la Resolución Final N° 1202-2016/SPC-INDECOPI, referida a que las plataformas de servicio de taxi prestan un servicio de transporte de pasajeros¹⁷, o que una plataforma de taxi “sólo se dedica a la prestación del servicio de taxi (transporte urbano de pasajeros)”¹⁸.

Pero aún más, dado que las plataformas de economía colaborativa actúan como punto de contacto entre consumidores finales y prestadores directos de productos o servicios, cabe cuestionarnos si ¿puede el titular de la plataforma de economía colaborativa contar con algún grado de responsabilidad por el producto o servicio que ha sido contratado a través de su plataforma?

Sobre los Servicios de la Sociedad de la Información y Tipos de Intermediación

La Directiva N° 2000/31/CE, Directiva sobre el comercio electrónico, emitida por el Parlamento

16 En la Resolución N° 0203-2019/SPC-INDECOPI del 23 de enero de 2019, pp. 12, se señaló lo siguiente: “De los alegatos presentados por las partes, se verifica que no resulta un hecho controvertido en el presente procedimiento que Easy Taxi es un proveedor que realiza sus relaciones de consumo a través de su aplicativo móvil, brindando el servicio de transporte de pasajeros”.

17 En la Agenda Digital del Indecopi, se señaló lo siguiente: “Por su lado, la Sala Especializada en Protección al Consumidor del Tribunal del INDECOPI, en una contienda de competencia entre el Órgano Resolutivo de Procedimientos Sumarísimos N° 1 (competente para conocer casos de servicios de transporte) y el Órgano Resolutivo de Procedimientos Sumarísimos N° 3 (competente para conocer casos de tecnología), para determinar si el servicio que realiza una plataforma tecnológica que conecta usuarios conductores con usuarios pasajeros, se considera como un servicio de transporte o como un servicio tecnológico consideró que, en la medida que se cuestiona la idoneidad de un servicio de transporte, entonces la autoridad competente debía ser el órgano resolutivo encargado de resolver temas de transporte. Cabe destacar que dicho pronunciamiento se dio en el marco de un procedimiento particular, derivado de una denuncia de un consumidor en específico”.

En :<https://www.indecopi.gob.pe/documents/20182/2507390/Agenda+digital+16.05.2018.pdf/d26e97bd-8fe6-1911-7bd2-e0ec0645e940>

Fecha de revisión: 9 de octubre de 2019

18 Resolución Final N° 1202-2016/SPCINDECOPI del 6 de abril del 2016, pp.6

de la Unión Europea, refiere que los servicios de la sociedad de la información comprenden actividades económicas desarrolladas para la venta de productos online (comercio electrónico indirecto) o la propia prestación de servicios online (comercio electrónico directo), comprendiendo por ejemplo: servicios no remunerados de búsqueda de información o remisión de comunicaciones comerciales; oferta de instrumentos de búsqueda; acceso, almacenamiento y recopilación de datos; transmisión de información a través de una red de comunicación; entre otros.

Además, la Directiva antes nombrada, refiere que en la actividad desarrollada por los prestadores de servicios de la sociedad de la información, es posible distinguir dos tipos de modelo de negocio: (a) Una actividad neutral o pasiva, de mero alojamiento de datos; y, (b) una intermediación activa.

En principio, se encuentra aquél titular del sitio web cuya participación se limita a “facilitar el proceso técnico que permite que las personas accedan a una red de comunicación a través de la cual se almacena y transmite información proporcionada por terceros”¹⁹, operando como un punto de contacto.

Por otra parte, se encuentra el titular del sitio web que interviene en la relación entre el prestador directo y los consumidores finales, ya sea generando la transmisión de esta información; seleccionando al destinatario de la transmisión; o, seleccionando y/o modificando los datos a ser transmitidos.

Respecto al prestador que actúa de manera neutral o pasiva, la Unión Europea refiere

que al realizar una actividad de naturaleza meramente técnica, automática y pasiva, no se encuentra en posibilidad de tomar conocimiento ni de monitorear la información transmitida o almacenada; por lo que, es exento de cualquier responsabilidad derivada de dicha transacción. Distinto es el tratamiento que se le brinda a los intermediarios o prestadores activos, a quienes se les imputa responsabilidad al haber podido -inclusive- manipular la información que transmiten.

De acuerdo con la posición asumida por la Unión Europea, en el caso de las plataformas de economía colaborativa, podemos advertir que pueden existir tanto sitios web neutrales, como aquéllos otros que por el tratamiento que brindan a la información que reciben, resultan “activos”; por lo que, el nivel de responsabilidad que éstos puedan asumir respecto de las transacciones desarrolladas en sus plataformas virtuales, dependerá del comportamiento que hubiesen adoptado, debiéndose verificar las expectativas creadas a sus usuarios a través de sus términos y condiciones como de su publicidad.

¿Las plataformas de taxi califican como proveedores en el marco de una relación de consumo?

En el marco de un procedimiento administrativo sancionador en materia de protección al consumidor, y en el que se analizaba si Taxibeat contaba con responsabilidad por defectos²⁰ suscitados en el servicio de transporte terrestre contratado por una

19 Resolución Final N° 2410-2015/CC2 del 30 de diciembre de 2015, pp. 5

20 Se imputaron cargos contra TaxiBeat, por presunta infracción a los artículos 18 y 19 de la Ley 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor, en tanto el taxista:

¿Son las plataformas de economía colaborativa proveedores de un servicio en el marco de una relación de consumo?

consumidora a través de su aplicativo móvil, Taxibeat se defendió alegando que no era una empresa de taxi, que el servicio que brinda es el de una plataforma que permite el contacto a través de su aplicativo, entre conductores y pasajeros afiliados, y que en sus términos y condiciones informaba que entre éstos (conductores y pasajeros) se generaba una relación independiente del servicio de contacto digital brindado por su plataforma.

Al emitir el pronunciamiento final, la Comisión de Protección al Consumidor N° 2 adoptó la definición de la Unión Europea para diferenciar a los sitios web que prestan servicios de la sociedad de la información, y aplicando las normas peruanas sobre los deberes de idoneidad e información de los proveedores en el marco de las relaciones de consumo, señaló que – a fin de determinar **si Taxibeat se comportó en la relación con la consumidora denunciante, como un sitio web neutral o como un intermediario activo**– analizaría las expectativas generadas por dicha plataforma a través de la información publicada en sus Términos y Condiciones como en su publicidad.

Al respecto, dicha Comisión evidenció que efectivamente, en sus Términos y Condiciones²¹ Taxibeat informaba a sus

pasajeros, al momento de su afiliación a su plataforma, que únicamente se encargaría de realizar el contacto entre pasajeros y conductores.

Sin embargo, al evaluar la publicidad de la plataforma, observó que esta se presentaba como “la única app que selecciona a sus conductores con Adecco Perú, líder mundial en RR.HH.”; y que “la seguridad de nuestros pasajeros es muy importante y hoy queremos contarte más sobre nuestras políticas de selección”, generando la impresión en sus pasajeros afiliados respecto a que Taxibeat garantizaba la seguridad del servicio de taxi, y por tanto, participando activamente en la transmisión de la información.

En ese sentido, para la Comisión, si bien Taxibeat señalaba en sus Términos y Condiciones que era un sitio web neutral, con su publicidad y con la conducta desplegada durante la prestación del servicio de taxi, “creaba en sus usuarios la apariencia de [...] garantizar la seguridad durante la prestación del servicio de taxi”, actuando como un intermediario activo.

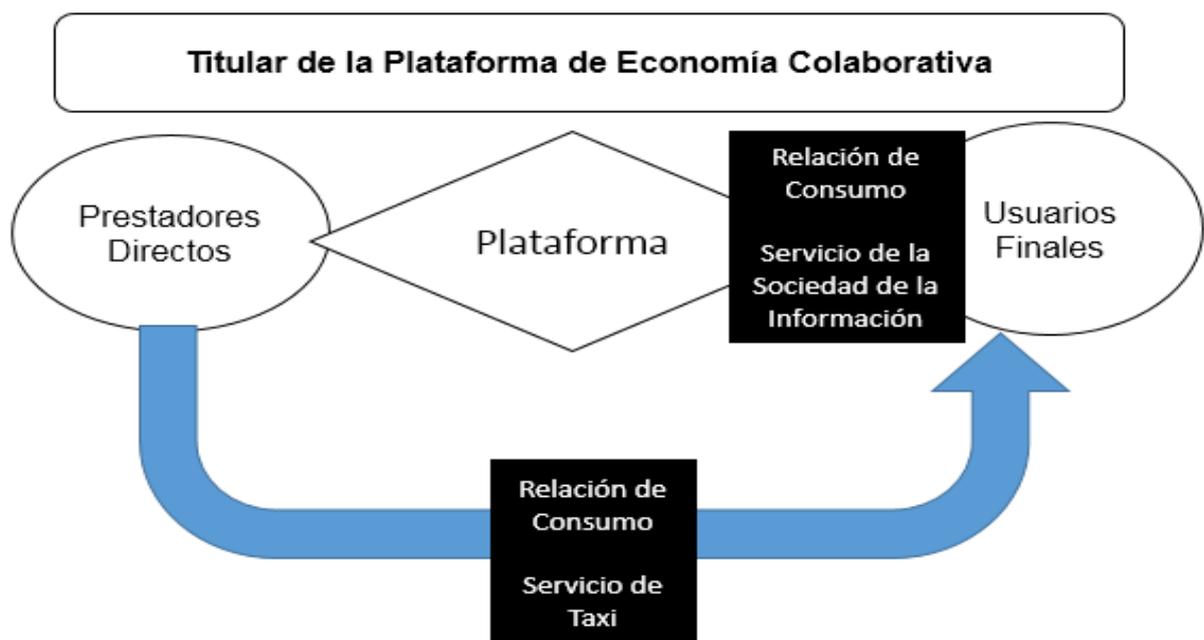
Atendiendo a ello, y aplicación el principio de primacía de la realidad, reconocido en el artículo V de la Ley N° 29571, Código de

-
- (i) No habría bajado los pestillos de las puertas del vehículo;
 - (ii) habría mantenido las lunas delanteras del vehículo abiertas;
 - (iii) no habría mantenido el teléfono móvil en un lugar visible, sino en las manos;
 - (iv) habría conducido el vehículo por zonas peligrosas; y,
 - (v) no habría cumplido con brindar un servicio de transporte con “garantía y seguridad”, en tanto la señora Noriega habría sufrido la sustracción de sus bienes durante la prestación de dicho servicio, pese a que en su publicidad habría indicado que la selección de sus conductores sería realizada por una empresa reconocida, y que aplicaban políticas de seguridad para sus clientes, lo cual no resultaría cierto.”

21 “(...) 3.2 Los Taxistas Afiliados son independientes y libres de aceptar o rechazar las solicitudes de servicios que envíe el Pasajero, incluso si aparecen como disponibles en la Aplicación y/o Pagina Web. Al respecto, por medio del presente contrato queda establecido que **Taxibeat no proporciona servicios de taxi**. Taxibeat únicamente autoriza el uso de la Aplicación y/o su Pagina Web a efectos que el Pasajero pueda contactar de manera más eficiente a Taxistas Afiliados que utilicen la Aplicación de Taxistas.”

Protección y Defensa del Consumidor²², concluyó válidamente que dicha plataforma prestaba un servicio de la sociedad de la información, al intervenir de manera activa en la actividad económica desplegada a través del sitio web, y por tanto, ostentaba – frente a la consumidora denunciante – la calidad de proveedor de servicios de la sociedad de la información.

Elaboración: Propia



22 “En la determinación de la verdadera naturaleza de las conductas, se consideran las situaciones y relaciones económicas que efectivamente se realicen, persigan o establezcan. La forma de los actos jurídicos utilizados en la relación de consumo no enerva el análisis que la autoridad efectúe sobre los verdaderos propósitos de la conducta que subyacen al acto jurídico que la expresa”.

¿Son las plataformas de economía colaborativa proveedores de un servicio en el marco de una relación de consumo?

Conclusiones

- Como hemos señalado anteriormente, las plataformas de economía colaborativa no prestan directamente un producto o servicio, sino que únicamente permiten el contacto entre usuarios finales y prestadores directos del servicio, brindando servicios que son denominados como “de la sociedad de la información” al permitir la transmisión de datos vía redes informáticas.
- En esa línea, al brindar servicios de la sociedad de la información, las plataformas de economía colaborativa calificarán como proveedores en el marco de una relación de consumo, siempre que intervengan de manera activa en la actividad económica desplegada en sus sitios webs.
- Supuesto distinto, será cuando únicamente permitan la concreción de transacciones comerciales en sus plataformas, como por ejemplo, aquéllos sitios web que actúan únicamente como una web de anuncios publicitarios entre consumidores en el marco de un C2C.