

El caso UBER en INDECOPI: cuando todos los caminos “no” conducen a Roma

9 de noviembre de 2020

Un consumidor decidió comprar un electrodoméstico en una tienda dentro de un centro comercial y este resultó con fallas de fábrica ¿El centro comercial es responsable por la idoneidad del producto vendido por la tienda?

Una empresa colocó un anuncio en un reconocido periódico de circulación nacional. Sin embargo, la publicidad tenía elementos que inducían a error al consumidor ¿El periódico es responsable por la veracidad de las afirmaciones realizadas por el anunciante?

Un estudiante ingresa al App Store para descargarse el aplicativo de su universidad y poder escuchar las clases desde su celular ¿App Store es responsable si el aplicativo de la universidad no reúne las condiciones esperadas por el estudiante?

En todos los ejemplos antes descritos, la respuesta debería ser NO. De un lado, la tienda es responsable por la idoneidad del electrodoméstico que le vendió al consumidor, el anunciante es responsable por la veracidad de sus afirmaciones y la universidad es responsable por la configuración de su aplicativo. De otro lado, el centro comercial, el periódico y App Store son solo plataformas que se encargan de agregar y conectar demandas; es decir, son intermediarios.

En efecto, los centros comerciales tienen, de un lado, una demanda de locatarios (e.g. tiendas) que quieren ofrecer sus productos a los consumidores y, de otro lado, una demanda de consumidores interesados en adquirir productos de estos locatarios. Los periódicos cuentan, por un lado, con una demanda de empresas que quieren publicitar sus productos y/o servicios (i.e. vender información) y, por otro lado, una demanda de consumidores que quiere recibir información (i.e. compra de información). El App Store tiene una demanda de empresas interesadas en ofrecer sus aplicativos y otra demanda de usuarios interesados en descargar aplicaciones que satisfagan sus necesidades. El uso de este tipo de plataformas/intermediarios resulta beneficioso para ambos lados, pues conlleva un ahorro en los costos de transacción entre ambas demandas y genera externalidades de red positivas.

La naturaleza, características y funciones de las plataformas han sido correctamente entendidas por **los órganos resolutivos encargados de aplicar las normas de competencia en el INDECOPI**. Muestra de ello es el reciente pronunciamiento de la Sala Especializada en Defensa de la Competencia (la “Sala de Competencia”) que desestima la denuncia interpuesta por una asociación de consumidores en contra de UBER por presuntos actos de competencia desleal.¹ De acuerdo con la asociación denunciante, UBER prestaba el servicio de taxi a través de su aplicativo, no obstante lo cual, no contaba con las autorizaciones correspondientes.

Sin embargo, de acuerdo con la Sala de Competencia, UBER es una plataforma digital de transporte de pasajeros, es decir, “*es un servicio de intermediación, el cual tiene como finalidad poner en contacto dos demandas: la demanda del servicio de transporte (conductores) y la demanda de pasajeros que requieren su traslado físico hacia otro lugar*”. Por su parte, “*el conductor del vehículo (chofer) es quien presta el referido servicio de taxi*” y, por tanto, quien debe cumplir con las autorizaciones correspondientes.

Asimismo, según la Sala de Competencia, “*el éxito de una plataforma no está determinado únicamente por el número de miembros o interacciones en los que participan, sino también por su calidad*”. Así, una plataforma podrá utilizar reglas de gobernanza (que rigen el acceso, el uso y la convivencia dentro de la plataforma) para resolver ciertas fallas de mercado. Estas reglas incluyen “*ciertos filtros antes de permitir el acceso a determinados proveedores, con la finalidad de que únicamente puedan ingresar aquellos agentes económicos que brinden un servicio y/o producto idóneo*” (e.g. filtros que UBER aplica para sus socios conductores). En palabras de la Sala de Competencia, estas reglas de gobernanza son propias de un administrador de plataforma.

¹ Resolución 0084-2020/SDC-INDECOPI.

Como corolario de lo anterior, para los órganos resolutivos encargados de aplicar las normas de competencia en el INDECOPI, UBER no sería responsable por la prestación del servicio de taxi que brinda el conductor.

Lamentablemente, **los órganos resolutivos encargados de aplicar las normas de protección al consumidor en el INDECOPI** sostienen una posición contraria a la previamente descrita que desconoce la naturaleza de las plataformas y que genera incertidumbre en el mercado al exponerlas a obligaciones equiparables a las del prestador directo del servicio. Es más, la denuncia interpuesta por la asociación de consumidores en contra de UBER por presuntos actos de competencia desleal se sustentó, precisamente, en un pronunciamiento previo de la Sala Especializada en Protección al Consumidor (la "Sala de Consumo") en el que se concluyó que las plataformas digitales de transporte de pasajeros (tipo UBER) son las que prestan el servicio de taxi y no los conductores.²

En efecto, en dicha oportunidad la Sala de Consumo indicó que *"si bien el servicio de transporte materia de denuncia fue brindado a través de una plataforma virtual (aplicación descargada en un teléfono celular), ello no enerva que el servicio que recibe el consumidor en calidad de destinatario final sea el de transporte terrestre, comercializado por [la plataforma]"*.

El pronunciamiento de la Sala de Consumo, a su vez, ha dado origen a que las Comisiones de Protección al Consumidor sigan criterios similares. Así, por ejemplo, la Comisión de Protección al Consumidor N° 3 (la "CC3") ha indicado en un reciente pronunciamiento que las plataformas (tipo UBER) no sólo *"son responsables por la idoneidad el servicio de intermediación que brindan"* sino también por *"los servicios contratados a través de esta intermediación"*.³ En esa misma línea, la CC3 ha señalado que las plataformas (tipo UBER) no pueden exonerarse de responsabilidad por la conducta de los conductores. En palabras de la CC3 *"no corresponde fijar cláusulas en las que se abstraiga de manera absoluta de todo tipo de consecuencias que se puedan originar por los actos u omisiones de los usuarios conductores en su relación directa con los usuarios pasajeros, ello en la medida que su empresa es la encargada de la afiliación de estos conductores y es su plataforma tecnológica el medio por el que los pasajeros acceden a los mismos"*.

En otras palabras, a diferencia de la Sala de Competencia que sostenía que los filtros de selección impuestos a los socios conductores eran propios de un administrador de plataforma (i.e. reglas de gobernanza), lo cual no desnaturaliza su rol de intermediario; para la CC3 esos mismos filtros de afiliación son los que vinculan a la plataforma con el servicio que brinda finalmente el conductor.

Como corolario de lo anterior, para los órganos resolutivos encargados de aplicar las normas de protección al consumidor en el INDECOPI, UBER sería responsable por la prestación del servicio de taxi que brinda el conductor.

Así las cosas, todo indica que la suerte de una plataforma estará vinculada con el órgano resolutivo ante quien se plantee el caso. Por tanto, en el caso de INDECOPI al menos, todos los caminos "no" conducen a Roma.

² Resolución 1202-2016/SPC-INDECOPI.

³ Resolución 18-2020/CC3.

**Carlos
Patrón**

Socio
cap@prcp.com.pe

**Giancarlo
Baella**

Asociado
gbp@prcp.com.pe