

## Bullard Falla Ezcurra +

### "Responsabilidad "virtual": La responsabilidad de las plataformas peer to peer en materia de protección al consumidor", por Andrés Valdivia, abogado asociado

Imagínese que está interesado en adquirir una computadora de segunda mano. Con dicha finalidad, revisa la página de anuncios clasificados del periódico local. Encuentra un anuncio: "*Computadoras de segunda mano en perfecto estado - garantía de un año*". Contacta al vendedor y adquiere una de las computadoras. Pasan dos semanas y la computadora deja de funcionar. ¿Quién debe responder por la falta de idoneidad del producto adquirido?, ¿el vendedor?, ¿el periódico local en el que se colocó el anuncio? ¿Ambos?

Debido a que el periódico local se ha limitado a proveer el servicio de anuncios clasificados y no ha participado en forma alguna en la venta de la computadora defectuosa, parece ser obvio que el vendedor es el único que debe responder ante el comprador por la falta de idoneidad del producto adquirido.

Así ha sido determinado en la Ley No. 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor, que establece en su artículo 104° que "*El proveedor es administrativamente responsable por la falta de idoneidad o calidad, el riesgo injustificado o la omisión o defecto de información, o cualquier otra infracción a lo establecido en el presente Código y demás normas complementarias de protección al consumidor, sobre un producto o servicio determinado.*" Una aproximación distinta -por ejemplo, imputarle responsabilidad a un tercero distinto al proveedor, en este caso al periódico local que se limita a brindar el servicio de anuncios clasificados- probablemente haría inviable este tipo de negocios.

De responder por la falta de idoneidad de los productos o servicios ofertados en su sección de "Avisos Clasificados", el periódico tendría que incurrir en una serie de costos de información antes de contratar con cada uno de los anunciantes, con el objeto de determinar si efectivamente dichos productos y servicios son idóneos. Lo contrario implicaría correr el riesgo de incurrir en responsabilidad administrativa. Así, los costos de contratación se elevarían exponencialmente y el negocio de anuncios clasificados en medios impresos dejaría de ser rentable y atractivo.

Ahora, ¿qué es lo que sucede en el caso de las plataformas "Peer-to-peer" ("P2P")? Con la fuerte expansión de los servicios de internet se ha hecho cada vez más común el uso de los servicios prestados por plataformas P2P, como es el caso de *eBay* o *airbnb*. ¿Qué es un negocio P2P? Se trata de plataformas *web* donde los particulares pueden ir a realizar transacciones unos con otros. La plataforma actúa como un conector de ofertantes y demandantes que antes no podían encontrarse y que gracias a internet puede "conocerse" y contratar.<sup>1</sup> Como puede observarse, **la lógica es la misma que la de un medio impreso que ofrece el servicio de anuncios clasificados.**

Recientemente, el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI) se ha pronunciado respecto de la denuncia presentada por una persona que adquirió un producto anunciado en un portal *web* -el mismo que nunca le fue entregado por el vendedor anunciante- en contra del titular del referido portal. El comprador afectado alegó que la página *web* en cuestión no había cumplido con adoptar las medidas necesarias para "verificar" de manera adecuada a los proveedores que hacían uso de su sitio *web*. Sin embargo, el INDECOPI dispuso el archivo de la denuncia, alegando, entre otros argumentos, lo siguiente:

---

<sup>1</sup> La responsabilidad de los *Marketplaces* en la Directiva 2000/31. Publicado el 9 de octubre de 2014 en: <http://tribunaleu.com/tag/tgue/>

**"...en la actualidad se advierte el empleo de empresas encargadas de ofrecer los productos de terceros, a través de redes sociales o portales de internet, como mecanismo de publicidad, sin que ello conlleve necesariamente responsabilidad por parte del anunciante, más aun si la misma se encuentra limitada en los términos y condiciones de contratación informados oportunamente a los consumidores. Así, podemos observar la existencia de distintos proveedores del servicio de publicidad, como ocurre en los casos de anuncios publicados a través de MercadoLibre, Páginas Amarillas, entre otros.**

**(...) las empresas encargadas de publicar la oferta no resultan responsables por los bienes o servicios que proveen los terceros. Lo contrario tendría como consecuencia que, ante la falta de idoneidad de un producto vendido a través de MercadoLibre o un servicio contratado luego que el consumidor leyó un anuncio en las Páginas Amarillas, se haga responsable al medio a través del cual se promueve el servicio.**

**(...) no corresponde a este tipo de empresas verificar el cumplimiento de requisitos como autorizaciones o permisos por parte de los proveedores que solicitan el servicio de anuncios publicitarios, en la medida que el servicio que proveen se encuentra limitado únicamente a la transmisión de información hacia los potenciales consumidores y usuarios"** (el subrayado es nuestro).<sup>2</sup>

Como puede observarse, de acuerdo con el INDECOPI, los proveedores del servicio de publicidad en internet no son responsables por los bienes o servicios que proveen los terceros vendedores usuarios de su servicio de publicidad, ya que el servicio que proveen se encuentra limitado únicamente a la transmisión de información hacia los potenciales consumidores y usuarios. A criterio del INDECOPI, lo anterior resulta aún más evidente si dicha responsabilidad se encuentra limitada en los términos y condiciones de contratación informadas oportunamente a los consumidores.<sup>3</sup>

El INDECOPI ha reconocido correctamente que, al margen del medio de difusión de la información, los servicios que brindan las plataformas P2P y la relación que éstas mantienen con sus usuarios anunciantes, son los mismos que los de cualquier negocio de anuncios "clasificados". En función de lo anterior, ha determinado que las referidas plataformas, al limitarse a proveer el servicio de anuncios publicitarios o "clasificados", no pueden responder por la falta de idoneidad de los productos y servicios ofertados a través de sus plataformas. Así, el criterio adoptado por el INDECOPI que, según lo señalado, es acorde con la lógica económica presente en este tipo de mercados, no eleva innecesariamente los costos de transacción presentes en los mismos, favoreciendo su desarrollo y expansión.

---

<sup>2</sup> Resolución Final No. 0292-2014/PS3, correspondiente al Expediente No. 1309-2014/PS3.

<sup>3</sup> Al respecto, también ver la Resolución Final recaída sobre el Expediente No. 0380-2013/CC2, en la que se resolvió declarar improcedente el procedimiento iniciado en contra de NEEDISH PERÚ S.A. (GROUPON PERÚ) en tanto que dicha empresa no calificaba como prestador de los servicios anunciados en su plataforma virtual.