

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO

FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS POLÍTICAS

ESCUELA PROFESIONAL DE DERECHO



TESIS

**DERECHOS DEL CONSUMIDOR Y COMPETENCIA DESLEAL EN
EL APLICATIVO AIRBNB EN EL PERÚ**

AUTORES:

BR. CLAUDIA ROXANA HUAMANI JARA

BR. WILFREDO CONDE CHAHUAYLLA

PARA OPTAR AL TÍTULO PROFESIONAL DE
ABOGADO

ASESOR:

DR. JIM FRANZ CHEVARRÍA MONTESINOS

CUSCO – PERÚ

2024

INFORME DE ORIGINALIDAD

(Aprobado por Resolución Nro. CU-303-2020-UNSAAC)

El que suscribe, **Asesor** del trabajo de investigación/tesis titulada: Derechos del Consumidor y competencia Desleal en el aplicativo AIRBNB en el Perú

presentado por: Wilfredo Conde Chahuaylla con DNI Nro.: 71853068 presentado por: Claudia Roxana Huamani Jansa con DNI Nro.: 72809048 para optar el título profesional/grado académico de Abogado

Informo que el trabajo de investigación ha sido sometido a revisión por 2 veces, mediante el Software Antiplagio, conforme al Art. 6° del **Reglamento para Uso de Sistema Antiplagio de la UNSAAC** y de la evaluación de originalidad se tiene un porcentaje de 5 %.

Evaluación y acciones del reporte de coincidencia para trabajos de investigación conducentes a grado académico o título profesional, tesis

| Porcentaje | Evaluación y Acciones | Marque con una (X) |
|----------------|---|--------------------|
| Del 1 al 10% | No se considera plagio. | X |
| Del 11 al 30 % | Devolver al usuario para las correcciones. | |
| Mayor a 31% | El responsable de la revisión del documento emite un informe al inmediato jerárquico, quien a su vez eleva el informe a la autoridad académica para que tome las acciones correspondientes. Sin perjuicio de las sanciones administrativas que correspondan de acuerdo a Ley. | |

Por tanto, en mi condición de asesor, firmo el presente informe en señal de conformidad y **adjunto** la primera página del reporte del Sistema Antiplagio.

Cusco, 12 de Agosto de 2021


Firma
Post firma Im. Inez Cecilia Terbor
Nro. de DNI 71853068
ORCID del Asesor 0000-0002-4403-438X

Se adjunta:

1. Reporte generado por el Sistema Antiplagio.
2. Enlace del Reporte Generado por el Sistema Antiplagio: **oid:** 27259:372597299

NOMBRE DEL TRABAJO

**DERECHOS DEL CONSUMIDOR Y COMPE
TENCIA DESLEAL EN EL APLICATIVO AI
RBNB EN EL PERÚ.docx**

AUTOR

**Claudia Roxana Huamani Jara y Wilfredo
Conde Chahuaylla**

RECUENTO DE PALABRAS

62077 Words

RECUENTO DE CARACTERES

350865 Characters

RECUENTO DE PÁGINAS

265 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

875.9KB

FECHA DE ENTREGA

Aug 12, 2024 10:08 AM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Aug 12, 2024 10:11 AM GMT-5

● 5% de similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos.

- 4% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 4% Base de datos de trabajos entregados
- 1% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Material citado
- Bloques de texto excluidos manualmente
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 12 palabras)

DEDICATORIA

A mis ancestras y ancestros, aquí la realización de uno de sus anhelos.

A mamá y papá, quienes forjaron esta versión mía en lo profesional.

A mis hermanos quienes alimentaron mis ansias y dieron significado a muchas interrogantes. A mi familia del corazón, padres, amigas y amigos que acompañan y comparten mis logros que también son los suyos.

Claudia R. Huamani Ja

A mis padres Wilfredo y Dani, quienes son mi motivación y me inculcaron desde mi primer día de vida valores y principios para superarme cada día.

A mí hermana Milagros Madyel, quien siempre me ha brindado su apoyo y comprensión incondicional.

A mi familia, amigos y compañeros de trabajo quienes me acompañaron a lo largo de este trayecto.

Wilfredo Conde Chahuaylla.

AGRADECIMIENTO

A la divinidad por manifestar a través de esta energía las muestras de que la justicia es un ideal de lucha y logros conjuntos.

A mi alma mater por ofrecerme educación de calidad y de forma gratuita. A todos sus operadores, con especial mención a nuestro asesor de tesis y docentes universitarios.

A mis compañeros universitarios por su retroalimentación y apoyo significativo.

A mis mentoras y mentores por motivar y ponderar la conclusión de esta meta.

A Wilfredo Conde, por el esfuerzo en este proyecto.

A los profesionales entrevistados por su tiempo y predisposición en esta investigación.

Claudia R. Huamani Jara

A nuestros asesores, por su guía, dirección y apoyo incondicional en el desarrollo de la presente investigación.

A mi compañera y amiga Claudia Roxana Huamani Jara, con quién he recorrido este camino y me ha brindado el soporte necesario para culminar la presente investigación.

A mi casa de estudios Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, a mis docentes de la Facultad de Derecho y Ciencias Políticas por sus sabias lecciones y conocimiento compartidos en el transcurso de mi vida universitaria.

Wilfredo Conde Chahuaylla

RESUMEN

La presente investigación abordó los derechos del consumidor y competencia desleal en el aplicativo AIRBNB en el Perú, teniendo como objetivo principal: Analizar la manera como se da la existencia de competencia desleal y contravención a los derechos del usuario consumidor en la economía de plataforma Airbnb que enfrenta a empresas hoteleras en el Perú, en ese sentido se utilizó la siguiente metodología, el enfoque de investigación es cualitativo de tipo dogmático analítico, para ello se han practicado técnicas de recolección de datos como el análisis documental y entrevistas, para su aplicación se hizo uso de guías de entrevistas; la hipótesis general fue 1) la manera como se da la existencia de competencia desleal en la plataforma Airbnb frente a empresas hoteleras en el Perú son: La ineficacia de la regulación específica de competencia desleal respecto a la plataforma AIRBNB y el uso de la plataforma AIRBNB no cumple con los parámetros exigidos para las empresas hoteleras y 2) la manera como se da la contravención a los derechos del consumidor en la plataforma AIRBNB es: La inexistencia de regulación específica para la plataforma AIRBNB respecto a los derechos del consumidor y la debilidad de los entes administrativos para tutelar el respeto de los derechos de los consumidores. Como consecuencia del estudio se concluyó principalmente que: La regulación sobre la Competencia Desleal y Protección al consumidor en nuestro país no es ineficaz, empero es necesario realizar una actualización a fin de dar relevancia a las plataformas intermediarias como la plataforma AIRBNB, motivo por el cual recomendamos que el Estado emprenda una travesía regulatoria respecto a la plataforma de intermediación de servicio de hospedaje- Airbnb.

Palabras claves: AIRBNB, Competencia Desleal, Derecho del Consumidor, Economía Colaborativa, Plataforma digital y Short-term rental.

ABSTRACT

The present investigation addressed the consumer rights and unfair competition in the AIRBNB application in Peru , with the main objective of: Analyzing the way in which unfair competition occurs and contravention of the rights of the consumer user in the Airbnb platform economy that confronts hotel companies in Peru, in this sense the following methodology was used: the type of research is qualitative documentary, adopting a dogmatic analytical approach, for which they have been practiced data collection techniques such as documentary analysis and interviews, which for their application interview guides were used, in order to corroborate the general hypothesis that was 1) the way in which the existence of unfair competition occurs on the platform Airbnb versus hotel companies in Peru are: The ineffectiveness of the specific competition regulation unfair AI regarding the AIRBNB platform and The use of the AIRBNB platform does not comply with the parameters required for hotel companies and 2) the way in which consumer rights are violated on the AIRBNB platform is: The absence of specific regulation for the AIRBNB platform regarding consumer rights and the weakness of administrative entities to protect respect for consumer rights. Finally, as a consequence of the investigation, it was mainly concluded that: The regulation on Unfair Competition and Consumer Protection in our country is not ineffective, but it is necessary to update it in order to give relevance to intermediary platforms such as the AIRBNB platform, reason for which we recommend that the State undertake a regulatory journey regarding the hosting service intermediation platform-Airbnb.

Keywords: Airbnb, Unfair Competition, Consumer Law, Sharing Economy, Digital Platform, and Short-term Rental.

INTRODUCCIÓN

La innovación de las tecnologías digitales ha escalado de manera acelerada en las últimas décadas, alcanzando aproximadamente al 50% de la población mundial (Organización de las Naciones Unidas, 2013). Esta transformación ha impactado significativamente en las empresas, que se han visto obligadas a adaptarse a las nuevas realidades del mercado. Una de las innovaciones más destacadas es el surgimiento de las economías de colaboración, las cuales se basan en tres principios fundamentales: la interacción entre productor y consumidor, la conexión entre pares a través de tecnologías digitales, y la colaboración (Bauwens, 2012, como se citó en Valor, 2014). Aunque estas economías permitieron por varios años la interacción y el apoyo mutuo entre los usuarios de las plataformas digitales, el enfoque ha cambiado con el tiempo hacia un afán de lucro, dando origen a las economías de plataforma. Las plataformas que persiguen un afán de lucro, como Uber y Airbnb, no permiten el desarrollo de gobernanzas participativas y se ubican en el terreno de las economías de plataforma, mientras que las plataformas sin afán de lucro se mantienen en el ámbito de la economía colaborativa (Torrent-Sellens, 2019). Las economías de plataforma son una manifestación de la cuarta revolución industrial y su proliferación ha traído consigo nuevas figuras jurídicas a analizar, como la competencia desleal y la protección de los derechos del consumidor. En particular, la plataforma Airbnb ha generado un debate considerable debido a la percepción de competencia desleal frente a las empresas hoteleras tradicionales, que deben cumplir con una serie de requisitos normativos y regulatorios para operar. Esta situación se hizo más evidente durante la pandemia del COVID-19 en el bienio 2020-2021, donde la disparidad en las regulaciones entre los alquileres de corto plazo y los hoteles convencionales resaltó aún más. En el contexto del mercado peruano, la falta de regulación específica para las plataformas de economía colaborativa como Airbnb plantea desafíos significativos tanto para la competencia leal como para la protección de los derechos del consumidor. En países como Francia, se ha observado que un alto porcentaje de los alojamientos en Airbnb son operados por grupos hoteleros o propietarios con varios inmuebles, lo que limita la disponibilidad de alquileres para residentes locales y puede tener un impacto similar en ciudades turísticas peruanas como Cusco.

La innovación vertiginosa de las tecnologías digitales ha transformado radicalmente las dinámicas sociales y económicas a nivel global. Con aproximadamente la mitad de la población mundial utilizando estas tecnologías (ONU, 2013), ha surgido un nuevo paradigma conocido

como sociedad en red. Según Castells (2006), esta sociedad se caracteriza por la interconexión global facilitada por las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), redefiniendo la política, economía y cultura mediante la descentralización y la adaptación continua. En este contexto, emerge el concepto de ciudad digital, una evolución urbana que integra las TIC para mejorar la calidad de vida, optimizar servicios públicos y promover el desarrollo socioeconómico Castells (2024). Las ciudades digitales utilizan el Internet de las Cosas (IoT), la inteligencia artificial y las redes sociales para crear entornos más sostenibles, conectados y eficientes.

Sin embargo, este avance tecnológico no está exento de desafíos. La mercantilización de sectores como el alojamiento, impulsada por plataformas de economía colaborativa como Airbnb, plantea cuestiones significativas sobre competencia desleal y protección al consumidor. Durante la pandemia del COVID-19, por ejemplo, se hizo evidente la disparidad regulatoria entre los alquileres de corto plazo y los hoteles tradicionales, destacando la necesidad urgente de regulaciones claras y equitativas.

En el contexto peruano, la falta de una regulación específica para plataformas como Airbnb complica aún más la protección de los derechos del consumidor y la promoción de una competencia justa. Esta situación no solo afecta a los empresarios hoteleros que deben cumplir con normativas estrictas, sino también a la comunidad local que enfrenta cambios en la dinámica de la vivienda y el turismo.

Esta investigación se centra en analizar cómo se manifiestan la competencia desleal y la infracción de los derechos del consumidor en la plataforma Airbnb frente a las empresas hoteleras en el Perú. A través de un enfoque cualitativo, se busca identificar los factores que contribuyen a estos problemas y proponer recomendaciones para un marco regulatorio más equitativo y acorde con las realidades actuales del mercado. La metodología incluye la recopilación de datos mediante entrevistas a expertos, así como un análisis documental exhaustivo de la normativa pertinente. El estudio pretende aportar conocimientos que ayuden a las autoridades peruanas a establecer parámetros para las economías de plataforma, mejorando así la protección del consumidor y previniendo la competencia desleal. Además, se busca contribuir al debate académico sobre la necesidad de una regulación específica para las plataformas digitales, proporcionando una base teórica y empírica para futuras investigaciones en este campo.

El estudio se ha estructurado en cinco capítulos:

CAPÍTULO I: ECONOMÍAS DE PLATAFORMA Y REGULACIÓN EN EL PERÚ: UN ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA DESLEAL Y LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR EN EL CONTEXTO DE AIRBNB

En este capítulo se presenta el contexto y la relevancia del estudio, abordando la problemática de la competencia desleal y la protección de los derechos del consumidor en la plataforma Airbnb frente a las empresas hoteleras en Perú. Se detallan los objetivos generales y específicos de la investigación, así como la justificación teórica y práctica del estudio. Además, se explica la metodología empleada y se definen las categorías de análisis.

CAPÍTULO II: INFLUENCIA Y REGULACIÓN DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES DE ECONOMÍA COLABORATIVA: UN ANÁLISIS DE ESTUDIOS INTERNACIONALES, NACIONALES Y LOCALES

Este capítulo ofrece una revisión exhaustiva de la literatura existente y los estudios previos sobre las economías de plataforma, con un enfoque particular en Airbnb. Se examinan los conceptos de economía colaborativa y economía de plataforma, y se analizan las implicancias legales y económicas de estas nuevas formas de intercambio económico. También se discuten las experiencias internacionales en la regulación de plataformas como Airbnb, proporcionando un marco comparativo para el contexto peruano.

CAPÍTULO III: EL CONTRATO

Aquí se exploran los aspectos contractuales relacionados con el uso de la plataforma Airbnb, incluyendo los derechos y obligaciones de las partes involucradas (anfitriones y huéspedes). Se analiza la naturaleza jurídica de los contratos celebrados a través de la plataforma y se evalúan las implicaciones legales de estos acuerdos en el marco del derecho peruano. Además, se abordan las posibles áreas de conflicto y las soluciones jurídicas pertinentes.

CAPÍTULO IV: COMPETENCIA DESLEAL

En este capítulo se examina en detalle el concepto de competencia desleal en el contexto de la economía de plataformas. Se analizan los supuestos específicos de competencia desleal que podrían aplicarse a Airbnb y se evalúa la efectividad de la regulación vigente en Perú. Se presentan casos y ejemplos para ilustrar cómo la falta de regulación adecuada puede generar una competencia desleal y perjudicar tanto a las empresas hoteleras como a los consumidores.

CAPÍTULO V: ANÁLISIS DE RESULTADOS POR OBJETIVOS

El último capítulo se dedica al análisis de los resultados obtenidos a través de la investigación cualitativa. Se presentan los hallazgos principales en relación con los objetivos específicos del estudio y se discuten las implicaciones de estos resultados para la regulación de la economía de plataformas en Perú. Además, se ofrecen recomendaciones prácticas para las autoridades y se sugieren áreas para futuras investigaciones. Finalmente, este trabajo de investigación contiene las conclusiones, recomendaciones, bibliografía y anexos.

ÍNDICE GENERAL

| | |
|---|-----|
| DEDICATORIA | II |
| AGRADECIMIENTO..... | III |
| RESUMEN | IV |
| ABSTRACT | V |
| INTRODUCCIÓN | VI |
| ÍNDICE GENERAL..... | X |
| LISTA DE TABLAS..... | XV |
| LISTA DE FIGURAS | XVI |
| CAPITULO I | 17 |
| ECONOMÍAS DE PLATAFORMA Y REGULACIÓN EN EL PERÚ: UN ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA DESLEAL Y LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR EN EL CONTEXTO DE AIRBNB | 17 |
| CAPITULO II..... | 28 |
| INFLUENCIA Y REGULACIÓN DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES DE ECONOMÍA COLABORATIVA: UN ANÁLISIS DE ESTUDIOS INTERNACIONALES, NACIONALES Y LOCALES | 28 |
| CAPÍTULO III..... | 35 |
| EL CONTRATO..... | 35 |
| 3.1 Definición | 35 |
| 3.2 Teorías del Contrato en General | 37 |
| 3.2.1 Teoría Voluntarista..... | 37 |
| 3.2.2 Teoría Normativista..... | 38 |
| 3.2.3 Contratos como relación jurídica | 38 |
| 3.2.4 Contrato como fuente de obligación | 39 |
| 3.3 Principios contractuales y Principios que surgieron con la pandemia | 40 |
| 3.3.1 Principio de la autonomía de la voluntad | 40 |
| 3.3.2 Principio de la fuerza obligatoria del contrato | 42 |
| 3.3.3 Principio de buena fe | 44 |
| 3.3.4 Principio consensual..... | 44 |
| 3.3.5 Principio de permanencia o de asimilación del contrato a la ley | 45 |
| 3.3.6 Principio de solidaridad | 46 |

| | |
|--|----|
| 3.3.7 Principio de suspensión de los efectos del contrato | 47 |
| 3.3.8 Principio de adecuación a las circunstancias de los contratos | 48 |
| 3.4 El contrato de arrendamiento | 51 |
| 3.5 El contrato de hospedaje | 53 |
| 3.5.1 Definición, características y elementos | 53 |
| 3.6 El contrato de adhesión | 54 |
| 3.6.1 Definición y características | 55 |
| CAPITULO IV | 57 |
| COMPETENCIA DESLEAL | 57 |
| 4.1 Competencia desleal | 57 |
| 4.1.1 Concepto de competencia | 57 |
| 4.1.2 Leal Competencia | 58 |
| 4.1.3 Derecho de la Competencia | 58 |
| 4.1.4 Libre Competencia | 58 |
| 4.1.5 Represión de la competencia desleal | 59 |
| 4.1.6 La competencia desleal | 59 |
| 4.1.7 Infracciones a la competencia desleal | 60 |
| 4.1.8 Clasificación Doctrinaria de represión de la competencia desleal | 60 |
| 4.1.9 Clasificación de Wolfgang Hefermehl | 61 |
| 4.1.10 Clasificación de Gustavo Ghidini | 61 |
| 4.1.11 Clasificación de Volker Emmerich | 61 |
| 4.1.12 Clasificación de Paul Roubier | 62 |
| 4.2 Evolución de la regulación de la competencia desleal del Perú. | 62 |
| 4.2.1 Marco legal nacional | 62 |
| 4.2.2 La LRCD | 72 |
| 4.2.3 Finalidad de la LRCD | 73 |
| 4.2.4 Ámbito de Aplicación de la LRCD | 74 |
| 4.2.5 Ámbito de aplicación Subjetivo | 74 |
| 4.2.6 Ámbito de aplicación territorial | 76 |
| 4.3 Principio de la Primacía de la realidad | 77 |
| 4.3.1 Cláusula general | 78 |
| 4.3.2 Artículo 7 Condición de ilicitud | 81 |
| 4.3.3 Prácticas que afectan a la transparencia del mercado | 82 |

| | |
|--|-----|
| 4.4 Practicas indebidas vinculadas con la reputación de otro agente económico | 84 |
| 4.4.1 Prácticas que alteran indebidamente la posición competitiva propia o ajena | 87 |
| 4.4.2 Actos de Competencia Desleal Mediante la Actividad Publicitaria | 91 |
| 4.5.1 La Comisión: | 94 |
| 4.5.2 La Secretaría Técnica | 95 |
| 4.5.3 El Tribunal | 97 |
| 4.6 Del Procedimiento Administrativo..... | 98 |
| 4.7 Derecho comparado en la competencia desleal | 106 |
| 4.7.1 Dentro de la Región..... | 106 |
| 4.7.2 Colombia..... | 106 |
| 4.7.3 Chile | 110 |
| 4.8 En Europa | 113 |
| 4.8.1 España..... | 113 |
| 4.8.2 Francia | 116 |
| 4.9 Derechos del Consumidor..... | 122 |
| 4.9.1 Concepto de Derecho del Consumidor..... | 122 |
| 4.9.2 Naturaleza Jurídica | 123 |
| 4.10 Teorías sobre la naturaleza jurídica del derecho del consumidor | 124 |
| 4.10.1 Derecho del consumidor como Derecho Constitucional | 124 |
| 4.10.2 Derecho del Consumidor como Derecho de la Persona | 125 |
| 4.10.3 Derecho del Consumidor como Derecho Multidisciplinario | 126 |
| 4.10.4 Teoría de los intereses difusos | 126 |
| 4.10.5 Evolución Legislativa de los derechos del consumidor..... | 127 |
| 4.11 Regulación nacional de protección del consumidor..... | 128 |
| 4.11.1 El consumidor en la constitución | 128 |
| 4.11.2 Código de protección y defensa del consumidor Ley 29571 | 128 |
| 4.11.3 Definiciones | 131 |
| 4.12 Autoridades de Fiscalización de los Derechos del Consumidor | 142 |
| 4.13. Del Procedimiento Administrativo..... | 144 |
| 4.13.1 Por iniciativa de parte | 146 |
| 4.13.2 Por iniciativa de la autoridad | 150 |
| 4.13.3. De la Segunda Instancia..... | 150 |
| 4.14. Regulación internacional de protección del consumidor..... | 151 |

| | |
|--|-----|
| 4.14.1 Dentro de la Región..... | 151 |
| 4.15 En Europa | 154 |
| 4.15.1 España..... | 154 |
| 4.15.2 Francia | 157 |
| 4.16 Economía Colaborativa de Plataforma..... | 159 |
| 4.16.1 Concepto | 159 |
| 4.16.2 Evolución histórica..... | 160 |
| 4.16.3 Denominaciones | 165 |
| 4.16.4 Sitios digitales de la economía de Plataforma | 165 |
| 4.16.5 Principios de la economía colaborativa | 169 |
| 4.16.6 Factores del surgimiento y desarrollo de la economía colaborativa | 170 |
| 4.16.7 Agentes en las economías colaborativas..... | 172 |
| 4.17. AIRBNB | 173 |
| 4.17.1 Concepto | 173 |
| 4.17.2 Modelo organizacional | 173 |
| 4.17.3 Tipos de anfitriones en el Airbnb..... | 174 |
| 4.17.4 Ámbito Turístico | 175 |
| 4.17.5 Iniciativas legislativas de AIRBNB..... | 178 |
| 4.18 Legislación comparada AIRBNB..... | 185 |
| 4.18.1 Chile..... | 185 |
| 4.18.2 Colombia..... | 186 |
| 4.18.3 Uruguay | 187 |
| 4.18.4 Unión Europea | 189 |
| CAPÍTULO V..... | 192 |
| ANÁLISIS DE RESULTADOS POR OBJETIVOS | 192 |
| 5.1. Procesamiento, análisis, interpretación y discusión de resultados..... | 192 |
| 5.2. Pruebas de hipótesis | 213 |
| CONCLUSIONES | 234 |
| RECOMENDACIONES | 237 |
| REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS..... | 240 |
| ANEXOS..... | 253 |
| MATRIZ DE CONSISTENCIA..... | 254 |
| EVIDENCIAS DE LAS ENTREVISTAS Y ENCUESTAS | 256 |

| | |
|---|-----|
| Instrumentos de recolección de información..... | 256 |
| Proyecto de Ley | 260 |

LISTA DE TABLAS

No se encontraron entradas de tabla de contenido.

LISTA DE FIGURAS

| | |
|---|------------|
| Figura 1..... | 72 |
| <i>Evolución de la Ley sobre Competencia</i> | <i>72</i> |
| Figura 2..... | 84 |
| <i>Actos que afectan la transparencia.....</i> | <i>84</i> |
| Figura 3..... | 87 |
| <i>Actos vinculados a la reputación de otro concurrente</i> | <i>87</i> |
| Figura 4..... | 91 |
| <i>Actos que alteren indebidamente la posición competitiva</i> | <i>91</i> |
| Figura 5..... | 93 |
| <i>Actos de competencia desleal mediante la actividad publicitaria.....</i> | <i>94</i> |
| Figura 6..... | 97 |
| <i>Instancias de Indecopi.....</i> | <i>97</i> |
| Figura 7..... | 127 |
| <i>Doctrina, Legislación, Instituciones, Jurisprudencia internacional, Nuevas perspectivas de Desarrollo.....</i> | <i>127</i> |
| Figura 8..... | 134 |
| <i>Principios del consumidor.....</i> | <i>134</i> |
| Figura 9..... | 135 |
| <i>Políticas publicas</i> | <i>135</i> |
| Figura 10..... | 147 |
| <i>Procedimiento sumarísimo</i> | <i>147</i> |
| Figura 11..... | 149 |
| <i>Procedimiento ordinarios.....</i> | <i>149</i> |

CAPITULO I

ECONOMÍAS DE PLATAFORMA Y REGULACIÓN EN EL PERÚ: UN ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA DESLEAL Y LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR EN EL CONTEXTO DE AIRBNB

La innovación de las tecnologías digitales ha avanzado de manera acelerada en las últimas décadas, con aproximadamente el 50% de la población mundial utilizándolas, (Organización de las Naciones Unidas, 2013). Esta transformación ha impactado significativamente a las empresas, obligándolas a adaptarse.

Una de las mayores innovaciones en este contexto es el origen de las economías de colaboración, según Bauwens (2012 como se citó en Valor, 2014):

Se llama economía de colaboración a un nuevo modelo de intercambio económico que se basa en tres principios fundamentales: interacción entre productor y consumidor, que mantienen el diálogo continuo, conexión entre pares, gracias a las tecnologías, especialmente digitales y la colaboración. (p. 4)

Estas permitieron por varios años la interacción y apoyo mutuo entre los usuarios de las plataformas digitales, sin embargo, el mismo concepto se ha ido desvirtuando con el tiempo ya que su enfoque cambió a un afán de lucro, dando origen a las economías de plataforma.

Las plataformas que, a través de su actividad, persiguen un afán de lucro y no permiten el desarrollo de gobernanzas participativas, como Uber o Airbnb, se situarán en el terreno de las economías de plataforma, mientras que las plataformas sin afán de lucro, más abiertas, sostenibles y transparentes, se situarán en el terreno de la economía colaborativa. (Torrent-Sellens, 2019)

Las economías de plataforma, son la manifestación de la cuarta revolución industrial en la última década. La masificación o proliferación de las mismas trae consigo figuras jurídicas a analizar como la competencia no leal y el amparo de los derechos de la persona consumidora; respecto a la competencia desleal frente al sector de las empresas hoteleras formales y convencionales, tenemos que las personas que hacen uso de esta aplicación para brindar sus servicios de “short rent” no requieren mayor esfuerzo que publicar sus servicios en dicha plataforma, en comparación a las empresas hoteleras que para su formación y prestación de servicios se precisa una serie de requisitos indispensables, hecho que se hace más notorio en un contexto que afronta la pandemia del COVID 19 en el bienio 2020-2021.

Dentro del mercado las normas de juego deben ser simétricas entre los competidores, debido a que este principio es componente de la economía a nivel social dentro del mercado, de tal manera no podríamos hablar sencillamente de una participación desigual o inequitativa sino con las reglas de juego claras y aplicables a todos. Advertimos que estas nuevas modalidades de contratación de hospedaje serán el futuro en la promoción del turismo, por ello es importante hacer un análisis de las implicancias y regulaciones que se tienen que dar, para que el derecho peruano vaya acorde a la realidad y a la evolución de los servicios en un contexto aún más desafiante como es el IoT. Por ello en la presente investigación buscamos analizar cada uno de los supuestos que se dan en la competencia desleal para determinar si existe la misma.

Advertimos también que este tipo de actividad económica (economía de plataforma), no está sujeta a regulación en Perú, por la forma como operan no se le impone obligaciones regulatorias que el sector hotelero si está sujeto. Las economías hoteleras tradicionales y las economías de plataforma debieran estar sujetas a regulaciones similares, ya que las primeras cumplen o al menos deben cumplir con obligaciones tributarias, laborales, sanitarias,

municipales, etc. y las segundas no tienen ni siquiera modo de hacerlo, por tanto, nada les exige ingresar al mercado y permanecer en él en las mismas condiciones que la constitución y demás normas establecen.

Sobre el impacto en los derechos de los consumidores. Michael Bauwens, fundador y director de la Fundación P2P refirió en una entrevista:

Sobre Airbnb, consideró lícito que, si una persona posee una habitación de sobra en una vivienda, quieras compartirla y recibir un ingreso por ello. Pero lo cierto es que, en dicha plataforma, eso solamente sucede en un 10% de los casos, y el 90% restante de las plazas está en manos de grupos hoteleros o propietarios de varios inmuebles que dedica intensivamente a esa actividad. Como resultado, en Francia el 20% de los alquileres ya no está disponible, lo cual está provocando que no sea posible a los jóvenes seguir viviendo en las ciudades porque las viviendas se están destinando al turismo (Europapress, 2018).

Esta situación es similar en grandes ciudades turísticas del mundo, como por ejemplo Venecia. Situación similar puede ocurrir en Cusco u otros importantes destinos turísticos en nuestro país en el futuro.

Si analizamos la presencia de estas economías de plataforma en el mercado peruano, se puede distinguir también la afectación a derechos del consumidor por la flexibilización de obligaciones para los anfitriones de los alquileres, que pueden ofrecer los ambientes carentes de medidas mínimas necesarias que garanticen la seguridad de los huéspedes.

En el presente estudio de llegarse a corroborar la existencia de competencia desleal de la plataforma AIRBNB frente a las empresas hoteleras en el Perú, permitiría afrontar las mismas con diversas políticas de protección no solo al sector empresarial si no la del propio

consumidor, teniendo a la mano un espectro de opciones para poder actuar frente a este tipo de economía de plataforma.

En ese orden de ideas se tiene que el problema general de esta investigación es el siguiente: ¿De qué manera se da la existencia de competencia desleal y contravención a los derechos del consumidor en la plataforma Airbnb frente a empresas hoteleras en el Perú? Asimismo, el objetivo general, analizar la manera como se da la existencia de competencia desleal y contravención a los derechos del consumidor en la economía de plataforma Airbnb frente a empresas hoteleras en el Perú y los objetivos específicos: Respecto a competencia desleal es explicar los motivos de ineficacia de la regulación específica de competencia desleal respecto a la plataforma AIRBNB y determinar si existe incumplimiento de los parámetros exigidos para las empresas hoteleras. Respecto al derecho del consumidor, es examinar los motivos de la inexistencia de regulación específica para la plataforma AIRBNB respecto a los derechos del consumidor y evaluar si existe debilidad de los entes administrativos para exigir el respeto de los derechos de los consumidores.

El estudio se justifica debido a que pretende identificar y analizar el estado actual y el desarrollo de las economías de plataforma en el ámbito del derecho peruano, así como los debates contemporáneos en los campos de la competencia legal y la protección del consumidor, y su significativo impacto en la sociedad. A través de la contraposición de diversas perspectivas, el estudio busca resaltar estos debates y apoyar los derechos del consumidor, creando una nueva plataforma para su desarrollo y conocimiento. Además, esta investigación aborda la necesidad de un análisis exhaustivo de la economía de la plataforma Airbnb y el sector hotelero peruano, centrándose en el impacto de la protección al consumidor y la existencia de competencia desleal. El estudio aborda el creciente uso de Airbnb para alquileres a corto plazo, lo que genera competencia desleal e infringe los derechos del consumidor. Al examinar los factores que contribuyen a estos problemas, la investigación pretende

proporcionar a los legisladores una perspectiva más amplia y adecuada para establecer un marco regulatorio acorde con el contexto y la realidad actual del país. En última instancia, el estudio busca aportar conocimientos que ayuden a las autoridades peruanas (gobierno central, regional y local) a establecer parámetros para las economías de plataforma, adaptando así las normativas actuales para mejorar la protección del consumidor y prevenir la competencia desleal. El estudio también aborda la conveniencia de formular regulaciones adecuadas respecto a la competencia desleal y los derechos del consumidor en la economía de plataformas, la relevancia social debido al uso generalizado de Airbnb y los problemas relacionados, las implicaciones prácticas para obtener conocimientos precisos y debatir sobre nuevas economías, y el valor teórico al contribuir con nuevos conocimientos sobre "competencia desleal" y "violación de los derechos del consumidor" en relación con el uso de Airbnb en el contexto peruano.

La justificación teórica de este estudio radica en la necesidad de expandir el cuerpo de conocimiento existente sobre las economías de plataforma, particularmente en el contexto peruano. Este trabajo busca aportar nuevos enfoques y comprensión a los fenómenos de "competencia desleal" y "vulneración de los derechos del consumidor" asociados con el uso de plataformas digitales como Airbnb. Al explorar cómo estas dinámicas se desarrollan y afectan a las distintas partes interesadas, se pretende ofrecer una base teórica sólida que permita a los legisladores y académicos comprender mejor los desafíos y oportunidades que presentan estas nuevas formas de economía. Además, el estudio pretende destacar la importancia de adaptar las normativas actuales para reflejar las realidades cambiantes del mercado, lo que es crucial para la protección efectiva de los consumidores y la promoción de una competencia justa. Este marco teórico proporcionará una perspectiva más completa y matizada sobre las implicancias legales y socioeconómicas de las economías de plataforma, contribuyendo así al desarrollo de políticas públicas más efectivas y equitativas.

Los hallazgos de esta investigación actuarán como punto de partida para motivar y apoyar estudios futuros relacionados con las categorías o temas identificados. Además, la metodología de investigación jurídica aplicada y los instrumentos de recopilación de datos utilizados en este estudio podrán servir como guía y fundamento para investigaciones futuras que traten temas parecidos.

En consecuencia, la relevancia jurídica de este estudio radica en su potencial para influir en la formulación de políticas y regulaciones más adecuadas y efectivas en el ámbito de las economías de plataforma. Al analizar cómo plataformas como Airbnb impactan la competencia leal y los derechos del consumidor en el contexto peruano, el estudio proporciona una base empírica y teórica que puede ser utilizada por los legisladores para adaptar y actualizar las normativas existentes. Esto es esencial para garantizar que las leyes sean congruentes con las realidades del mercado digital actual y protejan adecuadamente a los consumidores. Además, el estudio contribuye al debate académico y práctico sobre la necesidad de una regulación específica para las plataformas digitales, abordando vacíos legales y proponiendo soluciones basadas en evidencia.

La hipótesis general es la siguiente: "La manera como se da la existencia de competencia desleal en la plataforma Airbnb frente a empresas hoteleras en el Perú son la ineficacia de la regulación específica de competencia desleal respecto a la plataforma AIRBNB. Y el uso de la plataforma AIRBNB no cumple con los parámetros exigidos para las empresas hoteleras. La manera como se da la contravención a los derechos del consumidor en la plataforma AIRBNB es la inexistencia de regulación específica para la plataforma AIRBNB respecto a los derechos del consumidor y debilidad de los entes administrativos para tutelar el respeto de los derechos de los consumidores". Asimismo, las hipótesis específicas formuladas son respecto a Competencia Desleal es la manera cómo se da la ineficacia de la regulación específica de competencia desleal respecto a la plataforma e AIRBNB son: La ineficiencia de

la regulación específica de competencia desleal respecto a la plataforma AIRBNB y la manera cómo se usa la plataforma AIRBNB no cumple con los parámetros exigidos para las empresas hoteleras, respecto a los requisitos, que sí cumplen las empresas hoteleras. Respecto a Derecho del Consumidor: es la manera cómo se da la inexistencia de regulación específica para la plataforma AIRBNB respecto a los derechos del consumidor, es la inexistencia de normas para la plataforma AIRBNB respecto a los derechos del consumidor a nivel nacional y la manera cómo se da la debilidad de los clientes administrativos para tutelar el respeto de los derechos de los consumidores es la debilidad de INDECOPI para tutelar los derechos de los consumidores frente a la plataforma AIRBNB”.

Este estudio es cualitativo porque se centra en comprender fenómenos complejos relacionados con las dinámicas sociales, económicas y jurídicas que rodean a plataformas como Airbnb. Utiliza métodos de recolección de datos como el análisis documental y entrevistas a expertos para explorar a fondo percepciones, y opiniones autorizadas. El enfoque cualitativo permite una comprensión profunda y contextualizada de las interacciones entre la tecnología digital, la regulación legal y los impactos sociales, contrastando con métodos cuantitativos que podrían enfocarse en datos numéricos y estadísticos.

El objetivo general es analizar los efectos legales y económicos que plataformas como Airbnb tienen en la competencia justa y los derechos de los consumidores dentro del contexto peruano.

Dado que esta investigación sigue un enfoque cualitativo, no es necesario definir operativamente las variables, ya que no se busca realizar una medición estadística. En este tipo de estudio, se utilizarán categorías para organizar y analizar la información recopilada.

Las categorías de estudio seleccionadas fueron: categoría uno “la manera como se da la existencia de competencia desleal en la de plataforma Airbnb frente a empresas hoteleras en el

Perú”, como subcategorías: La ineficacia de la regulación específica de competencia desleal respecto a la plataforma AIRBNB y el uso de la plataforma AIRBNB no cumple con los parámetros exigidos para las empresas hoteleras y la manera como se da la contravención a los derechos del consumidor en la plataforma AIRBNB. Asimismo, la categoría 2: La manera como se da la contravención a los derechos del consumidor en la plataforma AIRBNB y las Subcategorías: Inexistencia de regulación específica para la plataforma AIRBNB respecto a los derechos del consumidor y la debilidad de los entes administrativos para tutelar el respeto de los derechos de los consumidores.

El tipo de investigación fue dogmático analítico, al respecto Castro - Cuba (2019), precisa que estas “rescatan elementos legislativos y jurisprudenciales con la finalidad de plantear problemas de incoherencia sistémica o de técnica jurídica así también colisión entre normas o institutos jurídicos” (p. 38).

Por su parte Witker (2021), señala que la investigación jurídica de tipo dogmática analítica implica realizar un análisis exhaustivo de un problema jurídico principal específico, destacando sus aspectos y dando pasos preliminares para su comprensión. En este enfoque, se examinan detalladamente las diversas facetas del caso legal en cuestión.

El estudio es analítico porque se centra en descomponer y examinar detalladamente los componentes del problema jurídico específico relacionado con la regulación de plataformas digitales como Airbnb. Se busca comprender las distintas facetas de la normativa aplicable, así como identificar inconsistencias, conflictos normativos o vacíos legales que puedan influir en la operación y regulación efectiva de estas plataformas. El análisis se orienta a profundizar en el entendimiento de los aspectos jurídicos relevantes y proporcionar una base sólida para la discusión y propuesta de soluciones dentro del marco legal existente.

El estudio es dogmático porque utiliza el enfoque de la dogmática jurídica, que considera al derecho como una ciencia formal con métodos y técnicas propios. Este método se enfoca en el análisis riguroso de las normas jurídicas aplicables al tema de estudio, como las regulaciones que afectan a plataformas digitales como Airbnb. Se basa en la interpretación y aplicación sistemática de estas normas legales, buscando entender su estructura, coherencia interna y aplicabilidad práctica. El objetivo es proporcionar un análisis detallado y fundamentado desde la perspectiva jurídica, ofreciendo bases sólidas para la discusión, interpretación y eventual propuesta de soluciones dentro del marco normativo existente.

Ramos (2018), sobre el método dogmático señala, “la dogmática jurídica en general se inscribe en el ámbito de pensamiento que ubica el derecho como una ciencia o técnica formal (...) dotada de autosuficiencia metodológica y técnica” (p. 101).

Dado que nuestras unidades de análisis la constituyen el estudio de la plataforma AIRBNB y su posible contravención a los derechos del consumidor y competencia desleal frente a las empresas hoteleras en el Perú, fue beneficioso emplear la técnica de la entrevista. Esta técnica permitió adquirir una comprensión detallada de los problemas complejos que surgieron debido a la competencia desleal que genera el Airbnb, así como las medidas y soluciones que implementaron.

Dado que nuestro objetivo principal de investigación se enfoca en examinar cómo se manifiesta la competencia desleal y la infracción de los derechos del consumidor en la economía de la plataforma Airbnb en comparación con las empresas hoteleras en el Perú, fue crucial realizar un análisis documental de la normativa pertinente. Esta técnica de investigación nos permitió obtener un entendimiento detallado de los derechos y obligaciones de todas las partes implicadas en los contratos de alquiler.

Por lo tanto, se eligió utilizar esta metodología de investigación porque es la más adecuada para analizar y comprender los documentos fundamentales para nuestro estudio. Estos documentos comprenden las disposiciones normativas pertinentes al tema, así como la literatura académica que aborda esta problemática.

Los instrumentos de recolección de datos fueron, la guía de entrevista a expertos con el objetivo de comprender a fondo la compleja situación y los desafíos relacionados con los derechos del consumidor y la competencia desleal en la plataforma Airbnb en el contexto peruano. También buscaba explorar las razones detrás de la falta de efectividad en la regulación específica de competencia desleal respecto a Airbnb, así como las causas de la ausencia de regulación específica para los derechos del consumidor en la misma plataforma. Además, se investigó cómo se han abordado y resuelto estas cuestiones.

Asimismo, se utilizó la guía de análisis documental como una herramienta fundamental para el proceso de investigación. Esta metodología permitió llevar a cabo un análisis detallado y sistemático de la información relevante, esencial para alcanzar los objetivos planteados y responder a las hipótesis formuladas. La guía de análisis documental facilitó la recopilación exhaustiva de documentos clave relacionados con la regulación de la competencia desleal y la protección de los derechos del consumidor en el contexto específico de las operaciones de Airbnb. Esto incluyó la revisión de leyes, decretos, reglamentos, jurisprudencia pertinente y otros documentos legales relevantes que afectan directamente la operación y regulación de estas plataformas en el Perú.

Además de la recopilación, la guía estructuró el análisis de manera que se pudieran identificar y categorizar distintos tipos de documentos según su relevancia para los temas de interés del estudio. Esto aseguró que todos los aspectos necesarios para abordar las preguntas de investigación se consideraran de manera completa y sistemática.

Otra función crucial de la guía fue la de establecer criterios claros para evaluar la eficacia de la regulación existente y la aplicación práctica de los derechos del consumidor en el contexto de Airbnb. Esto permitió no solo describir el estado actual de la regulación, sino también analizar sus efectos y posibles deficiencias en términos de protección del consumidor y equidad competitiva frente a las empresas hoteleras tradicionales.

Finalmente, los datos recopilados y analizados a través de la guía de análisis documental proporcionaron una base sólida y verificable para comparar prácticas regulatorias y experiencias internacionales relevantes. Esto enriqueció la discusión y las conclusiones del estudio, permitiendo proponer recomendaciones fundamentadas para mejorar la regulación y protección del consumidor en el contexto específico de las plataformas de economía colaborativa como Airbnb en el Perú.

CAPITULO II

INFLUENCIA Y REGULACIÓN DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES DE ECONOMÍA COLABORATIVA: UN ANÁLISIS DE ESTUDIOS INTERNACIONALES, NACIONALES Y LOCALES

En las últimas décadas, la innovación y el avance de las tecnologías digitales han transformado significativamente diversos aspectos de la vida cotidiana y los modelos de negocio en todo el mundo. Este fenómeno ha dado lugar al surgimiento de economías colaborativas, donde plataformas digitales como Airbnb, Uber y otras facilitan la interacción directa entre proveedores y consumidores. Sin embargo, esta transformación tecnológica no ha estado exenta de desafíos, especialmente en términos de regulación y fiscalización.

El presente análisis se centra en la influencia y regulación de las plataformas digitales de economía colaborativa, examinando estudios y tesis que abordan esta temática desde diferentes contextos internacionales, nacionales y locales. Las investigaciones incluidas en este trabajo proporcionan una visión integral de cómo estas plataformas impactan en la competencia, la normativa comercial, la fiscalidad y la protección al consumidor.

Desde la exploración de la competencia desleal en Colombia, pasando por el análisis de las dinámicas fiscales en Perú, hasta los estudios sobre las representaciones de comunidad y turismo en plataformas como Airbnb, este compendio de investigaciones destaca la complejidad y la necesidad urgente de establecer marcos regulatorios adecuados. Las conclusiones obtenidas subrayan la importancia de desarrollar directrices claras que garanticen un mercado equitativo, protejan los derechos de los consumidores y contribuyan a una recaudación fiscal justa y eficiente.

Este análisis no solo pretende resaltar las implicaciones de la economía colaborativa, sino también ofrecer recomendaciones que puedan guiar futuras políticas y regulaciones para optimizar los beneficios de estas innovaciones tecnológicas, al tiempo que se minimizan los riesgos asociados.

Dentro de los estudios internacionales tenemos a Rocha y Rosas (2023), en su trabajo de grado titulado "La competencia desleal dentro de las plataformas de economías colaborativas en Colombia para el periodo 2019-2021" realizado en la Universidad de Caldas, concluyen que el comercio electrónico a través de plataformas digitales de economía colaborativa está sujeto a las normativas comerciales colombianas como cualquier otra actividad comercial. Destacan la ausencia de una regulación específica para estas actividades en Colombia y la falta de iniciativas legislativas que busquen regular o promover el comercio electrónico en estas plataformas. Según su investigación, esta falta de regulación puede propiciar actos de competencia desleal en las plataformas digitales de economía colaborativa al imponer menos requisitos que el mercado tradicional. Subrayan la importancia de establecer directrices y normas claras para garantizar la certeza jurídica, condiciones de mercado equitativas y una mejor protección al consumidor.

Sánchez y Viteri, (2021) en su proyecto sobre "Establecimientos irregulares de alojamiento en Galápagos y su impacto en el sector turístico" en la Escuela Superior Politécnica del Litoral, proponen la integración de regulaciones que rijan el uso de plataformas digitales dentro del Reglamento de Alojamiento Turístico para el Régimen Especial de la Provincia de Galápagos. Abogan por esfuerzos colaborativos entre las plataformas digitales y las autoridades gubernamentales para monitorear y regular eficazmente las listas de propiedades,

asegurando el cumplimiento de los requisitos locales de registro y promoviendo relaciones mutuamente beneficiosas.

Schygiel y Tesouro, (2019) en su tesina titulada "Airbnb: ¿turismo colaborativo? Las representaciones de comunidad, turismo y experiencias en la plataforma Airbnb en el contexto de la economía colaborativa" de la Universidad de Buenos Aires, exploran cómo Airbnb construye su discurso en torno a la comunidad y las experiencias turísticas. Observan que Airbnb promueve estratégicamente un sentido de comunidad entre sus usuarios a través de un discurso centrado en aspectos relacionales y experiencias compartidas, minimizando el énfasis en el intercambio económico. El estudio revela que los usuarios internalizan y adoptan estas construcciones discursivas, fomentando una percepción orientada hacia la comunidad que va más allá de las transacciones monetarias.

Alvarez y Galeano, (2018) en su Trabajo Final de Práctica Profesional para obtener el título de Licenciatura en Turismo en la Universidad Nacional de San Martín, abordan los desafíos competitivos que plataformas como Airbnb plantean a los proveedores tradicionales de alojamiento. Abogan por regulaciones y regímenes tributarios obligatorios similares a los impuestos a las grandes cadenas hoteleras para nivelar el campo de juego. Destacan la iniciativa global "Foro ReformBnB" como un esfuerzo colaborativo entre las principales ciudades para desarrollar marcos regulatorios unificados que protejan tanto a los consumidores como a los proveedores tradicionales de alojamiento.

Montaña, (2018) en su tesis sobre "Análisis de la competencia entre Airbnb y otras alternativas de alojamiento" en la Universidad Pontificia Comillas de Madrid, explora el impacto transformador de Airbnb en el sector turístico. Discute la evolución de Airbnb desde un intermediario de economía colaborativa hasta un proveedor de servicios con estándares

regulatorios, enfatizando la influencia económica global de la empresa y sus implicaciones para los sectores tradicionales de hospitalidad. Destaca la importancia de los debates regulatorios para salvaguardar la competencia justa y los intereses de los consumidores, adaptándose a la naturaleza cambiante de las dinámicas del mercado digital.

Asimismo, en relación a los antecedentes nacionales tenemos a Teruya y Higa (2019) en su investigación titulada "Posición de Airbnb frente a la hotelería tradicional" para obtener el título de Licenciado en Administración de Hotelería y Turismo en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, concluyeron que Airbnb utiliza tecnología avanzada y una plataforma digital basada en economía compartida que ha revolucionado el mercado de hospedaje. Comparativamente, el hotelería tradicional se apoya en sistemas de reservaciones y páginas web convencionales. Destacan que los avances tecnológicos de Airbnb han permitido expandir exponencialmente sus servicios al conectar eficazmente anfitriones y usuarios, sugiriendo la continua investigación en el desarrollo tecnológico para mejorar la interacción y aumentar las ganancias.

Alarcón y Mendizábal, (2021) en su tesis "La evasión tributaria y su incidencia en la recaudación fiscal de los servicios de alojamiento por el aplicativo Airbnb en la ciudad del Cusco 2021", para obtener el título de Contador Público en la Universidad de San Martín de Porres, determinaron que la evasión tributaria es significativa entre los propietarios de establecimientos que utilizan Airbnb. La falta de declaración y ocultamiento de ingresos es común entre los contribuyentes, quienes a menudo no perciben estos actos como delito. Recomiendan una fiscalización más estricta para reducir estos niveles de defraudación y mejorar la recaudación fiscal.

Bazán, (2022) en su tesis "La determinación de la protección del consumidor en una economía de pares o colaborativa: la introducción del proveedor no profesional" para obtener el título de Maestro en Derecho con Mención en Derecho Civil Empresarial en la Universidad Privada Antenor Orrego, analizó la relación entre los proveedores no profesionales y los consumidores en economías colaborativas. Destacó que estas plataformas digitales facilitan transacciones sin la necesidad de licencias específicas, lo que las diferencia de los modelos comerciales tradicionales. Subrayó la importancia de regular estas plataformas dentro del marco del Sistema de Protección al Consumidor para asegurar prácticas equitativas y transparentes.

Córdova, (2019) en su tesis "Economía colaborativa: ¿Transformará la sociedad?" para optar el título de Licenciado en Administración de Empresas en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, exploró varios aspectos de la economía colaborativa. Concluyó que, si bien ha habido avances en la definición del concepto, aún faltan estudios sobre su impacto socioeconómico y ambiental. Además, señaló la falta de regulaciones claras para las relaciones laborales en plataformas digitales y la necesidad de mejorar los sistemas de calificación para garantizar la calidad del servicio y proteger a los usuarios.

Huayta y Sierra, (2021) en su investigación "Modelos de negocio aplicados en las empresas de servicio de taxi: economías colaborativas vs modelos tradicionales en Perú en la actualidad" para optar al grado de Bachiller en Gestión en la Pontificia Universidad Católica del Perú, presentaron varios modelos de negocio utilizados por empresas de taxis en economías colaborativas como Uber y Cabify. Destacaron cómo estos modelos han transformado el mercado de transporte al ofrecer transparencia en precios, calidad del servicio y flexibilidad

para proveedores y consumidores. Además, discutieron cómo estas plataformas han influido en las regulaciones legislativas del país para optimizar la operación de servicios de taxi.

Y para finalizar tenemos los antecedentes locales, Achahui (2020) En su tesis titulada "La economía colaborativa y el impuesto a la renta, caso Airbnb, ciudad del Cusco, periodo 2018" para obtener el título profesional de Contador Público en la Universidad Andina de Cusco, , Achahui (2020) exploró las dinámicas fiscales y comerciales de Airbnb en el contexto peruano. Achahui identificó a Airbnb como una plataforma virtual que actúa como intermediario entre anfitriones y huéspedes, facilitando la reserva de alojamientos y la gestión de pagos. Sin embargo, señaló que la legislación fiscal peruana, específicamente la Ley del Impuesto a la Renta, no clarifica adecuadamente cómo deben tributar los ingresos generados por estas actividades. Esta falta de claridad puede llevar a situaciones de doble imposición o a la evasión fiscal debido a la dificultad para regular las transacciones en línea.

Por otro lado, Oliva Salas y Gómez Cosío (2022), también estudiantes de Contador Público en la misma universidad, examinaron los factores que contribuyen a la evasión del impuesto a la renta por parte de los usuarios de Roommate, una categoría que incluye servicios como los ofrecidos por Airbnb. Concluyeron que la informalidad en los tratamientos contractuales, la falta de conocimiento sobre las obligaciones tributarias y la insuficiencia en la orientación y fiscalización por parte de la Superintendencia de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT) son factores clave que perpetúan la evasión tributaria en este sector. Además, destacaron la necesidad de promover una cultura tributaria más robusta entre los propietarios dedicados a estas actividades para mejorar la legalidad y la recaudación fiscal.

Ambas investigaciones subrayan la complejidad de regular las plataformas digitales de economía colaborativa como Airbnb en términos fiscales y la importancia de fortalecer los mecanismos de control y orientación tributaria para asegurar una recaudación fiscal efectiva y equitativa en el país.

Estas investigaciones reflejan el impacto y las complejidades de las plataformas digitales en diferentes sectores económicos y sociales, destacando la necesidad de regulaciones adaptadas para garantizar beneficios equitativos y protección a los consumidores y contribuyentes.

CAPÍTULO III

EL CONTRATO

3.1 Definición

Según el Código Civil, bajo lineamientos del Ministerio de Justicia y Derechos Humanos (2015), “el contrato es un acuerdo (bi o plurilateral) dirigido a regular una relación jurídica patrimonial y que vincula a los contratantes a determinadas consecuencias” (p. 119). Específicamente en el art. 1351 del Código Civil Peruano (1984) indica “El contrato es el acuerdo de dos o más partes para crear, regular, modificar o extinguir una relación jurídica patrimonial” (p. 444).

Es por ello que el contrato crea, modifica, regula o resuelve relaciones jurídicas, en este sentido el contrato corresponde al grupo de los actos jurídicos, por lo tanto, viene a ser plurilateral, porque tiene como requisito que deben intervenir dos o más partes; además es de contenido obligatorio debido que la relación jurídica se fundamenta en las obligaciones que asumen ambas partes, es decir, la relación jurídica tiene connotación patrimonial, porque se ocupa de los bienes o intereses económicos, en el sentido que puedan ser materia de tasación objetiva (Avendaño, 2013).

Por lo mencionado, creemos que los contratos son importantes porque garantizan el cumplimiento de los acuerdos y los beneficios para las partes involucradas. En caso contrario, existe la posibilidad de que los acuerdos no se lleven a cabo, lo que podría tener un impacto económico y productivo en ambas partes.

Asimismo, desde la perspectiva de la Sociología del Derecho “el contrato es el instrumento jurídico de la libertad que, por naturaleza, vincula a las personas cuando preexiste entre ellas una voluntad responsable y legitimada por el ordenamiento jurídico, aun cuando esta sea de manera general e indirecta”. (Solís, 2015, p.27)

Su contribución a la economía y a la sociedad es fundamental, ya que permite circular la riqueza y satisfacer necesidades. Prueba de ello es que el contrato admite el intercambio de titularidades y posiciones contractuales, así como el cumplimiento de prestaciones filantrópicas (contrato de donación) y humanitarias (contrato de alimentos). Por lo tanto, el contrato contribuye a la existencia del hombre y lo seguirá haciendo siempre que el Estado lo reconozca y garantice (Solís, 2015).

En ese entender Max Weber, filósofo y sociólogo alemán, en su obra *La ética protestante y el espíritu del capitalismo*, señala al Derecho como una ciencia social. Explica que la importancia de la sociología jurídica es proporcionar al Derecho los elementos para volverse una ciencia. Por lo tanto, antes de la sociología, el Derecho era considerado una actividad práctica, pero no era una ciencia. Siendo los métodos sociológicos los que brindaron al Derecho la calidad de ciencia. Consiguientemente, el contrato, al igual que el Derecho, puede utilizar los métodos de la sociología para alcanzar un nivel probabilístico y científico (Weber, 1920, citado por Solís, 2015, p.38)

El contrato es el instrumento económico que utiliza la sociedad para su desarrollo y supervivencia y estos últimos aspectos positivos se logran, entre otras cuestiones, con el cumplimiento y la correcta interpretación de los acuerdos contractuales, los cuales garantizan su eficiencia y eficacia. (Solís, 2015, p.38)

3.2 Teorías del Contrato en General

3.2.1 Teoría Voluntarista

El concepto de "teoría voluntarista" implica la perspectiva de que la naturaleza vinculante de los actos jurídicos se origina o deriva de la voluntad de los individuos. Basándose en este marco teórico, se puede argumentar que la voluntad humana posee la capacidad o potencia adecuada para conferir a los actos jurídicos consecuencias jurídicas obligatorias o vinculantes. En otras palabras, tiene la capacidad de transformar estos actos en normas privadas. De ahí que la teoría atribuya autoridad normativa a la voluntad, postulando que los actos jurídicos sólo se consideran vinculantes cuando tienen su origen en la voluntad. En consecuencia, este principio, comúnmente denominado "autonomía de la voluntad", asume un papel fundamental (Torres, 2016).

Asimismo, de esta teoría se desprende lo siguiente:

Teoría Subjetiva

De acuerdo con la teoría de la voluntad real, los actos jurídicos deben estar relacionados con lo que las partes realmente quieren y no así a lo declarado. En nuestro caso, esto implica tener en cuenta el propósito en común de los contratantes. Esta teoría enfatiza el papel principal de la voluntad real. La manifestación cumple una función secundaria. La protección de la libertad de decisión del contratante es la base de su filosofía. (Videla, 1971)

Teoría Objetiva

Para la teoría de la voluntad objetiva o declarada, lo que es más importante es lo que se ha manifestado en lugar de lo que se ha querido. En caso de discrepancias, debe prevalecer la expresión externa. La teoría sostiene que la voluntad declarada, incluso si es ficticia, tiene más poder que la voluntad verdadera. Se argumenta que las decisiones subyacentes en el interior

del ser humano no se someten al control legal, ya que, si se pudieran utilizar, no habría garantía legal. Se fundamenta justamente en la protección de la seguridad y del crédito, el no engañar la confianza de terceros. (Videla, 1971)

3.2.2 Teoría Normativista

El concepto de teoría normativista se refiere a la autoridad inherente o poder normativo que poseen los individuos en el ámbito de la autonomía empresarial, así como a las obligaciones jurídicas resultantes que se derivan de él. El término "obligatoriedad" se atribuye a este concepto debido a la creencia de que se deriva de una norma o marco jurídico, en lugar de estar sujeta a la voluntad individual. Por lo tanto, en su calidad de marco teórico, proporciona justificación o presta apoyo a la noción concurrente de Autonomía Privada. (Torres, 2016)

Esta teoría considera que, “la autonomía privada es concedida a la persona por expresa delegación del ordenamiento jurídico, el cual, para no entorpecer el tráfico económico-jurídico, confía a los particulares la autorregulación en sus intereses, dentro de los cauces que señala dicho ordenamiento” (De La Puente, 1996, p. 8).

3.2.3 Contratos como relación jurídica

Para García, (2015) “la relación jurídica es un vínculo jurídico que une a las dos partes contractuales, cuyo contenido subjetivo son los derechos y obligaciones, las facultades y los deberes respectivos” (p. 16). Dicho de otro modo, es una modalidad de las relaciones obligatorias. Lo que diferencia la relación jurídica contractual de otras, es que su norma reguladora, en mayor parte, se puede formular y crear por las propias partes que crean la relación.

(Savigny citado por Robles,1993) señala que, la relación jurídica es un todo orgánico en el que determinados sujetos (con sus respectivos derechos subjetivos) están conectados entre

sí; sin embargo, el ordenamiento jurídico no reconoce esta conexión como una relación jurídica. Nótese que la relación jurídica es siempre entre sujetos, es decir, es una relación de persona a persona, determinada por una regla jurídica, y esta regla determinante otorga a cada persona un señorío en el que su voluntad reina independientemente de toda voluntad extraña. (p. 505)

Se considera que la relación jurídica es el elemento que muestra la naturaleza personal del vínculo crédito deuda y que muestra porque el acreedor puede exigir, y el deudor es quien está obligado con un deber de cumplir con la obligación. Es decir, este vínculo es puramente jurídico, porque ubica a las partes como polos opuestos, asimismo, es preciso indicar que debido a esta relación jurídica la obligación tiene carácter de exigible, si esto no ocurre, serán deberes jurídicos o morales, pero no una obligación. (Osterling y Castillo, 2003)

3.2.4 Contrato como fuente de obligación

Gutiérrez y González (citados por Muñoz, 2021) explican que la obligación es: “La relación jurídica existente entre un acreedor y un deudor, donde el primero tiene el derecho de exigir el cumplimiento de una prestación de dar, hacer y no hacer; y la necesidad jurídica de cumplir con la prestación de dar, hacer y no hacer, a favor del acreedor, quien tiene el derecho subjetivo de exigir el cumplimiento de la misma” (p. 53).

Otros autores definen a la obligación, como una necesidad jurídica de cumplir voluntariamente un servicio o prestación patrimonial, moral o pecuniaria para un individuo que existirá en un futuro o ya existe. En esta definición se observa que la conducta es considerada solo en favor de otro individuo, sin considerar la intervención del acreedor.

3.3 Principios contractuales y Principios que surgieron con la pandemia

3.3.1 Principio de la autonomía de la voluntad

La autonomía de la voluntad es un principio general del Derecho Civil. La misma consiste en la libertad que reconoce el ordenamiento jurídico a los individuos, a fin de que los mismos autorregulen sus intereses. Esta autonomía se manifiesta a través del acto jurídico, herramienta que el derecho otorga a los sujetos para crear, modificar, transferir o aniquilar sus derechos y obligaciones. (Wagner, 2013)

Pero este principio de la autonomía privada no es absoluto, si no que se encuentra limitado por el orden público, la moral y las buenas costumbres, así como por una serie de restricciones que se han multiplicado en los últimos años y que reconocen su causa en distintos factores políticos, sociales y económicos. (Wagner, 2013)

Para Pinedo (2017), el principio de la autonomía de la voluntad constituye la esencia del denominado derecho civil patrimonial y se le define como el libre arbitrio que posee todos los individuos que gozan de capacidad para regular sus derechos y contraer obligaciones, a las que las partes se deben someter en base a lo manifestado en el acto de declaración de voluntad, aunque vale la pena mencionar que si bien este principio se aplica fundamentalmente en el régimen de contratos, no es el único campo donde se utiliza, como ya veremos más adelante.

De este modo, la—«autonomía de la voluntad, tiene su soporte en la dignidad y libertad individual. Debido a su dignidad la persona tiene derechos y deberes; mientras que, por su libertad, tiene autoridad sobre sus propias acciones y sobre los bienes espirituales o materiales que le corresponden como persona y que pertenecen a lo que se conoce como su "esfera privada personal". En consecuencia, hay también un deber general de respeto

a la persona y a su libertad que incumbe a todos: A los particulares y a la autoridad pública. (Molano, 2017, p. 447)

El principio de autonomía no solo reconoce a la persona como el sujeto principal de todo el orden jurídico, sino que también reconoce su libertad en su esfera personal. En sentido más estricto, la autonomía privada se refiere al poder que la persona tiene para establecer las reglas y normas que regirán el ámbito de su dominio personal o privado. Por lo tanto, este poder jurídico o poder de autonomía es un verdadero poder normativo al que el ordenamiento jurídico puede otorgar plena eficacia jurídica, similar a la que pueden tener las normas jurídicas de otras fuentes o poderes jurídicos. (Molano, 2017, p. 446)

Por lo tanto, es la facultad de las personas para celebrar de manera libre entre sí, todos los actos jurídicos que generan obligaciones y atribuirles los efectos que los celebrantes deseen. Por otro lado, el Estado adoptara una posición de no intervención, concretamente a dejar hacer, dejar pasar, dictando solamente normas supletorias que como su nombre lo indica, se aplicaran únicamente en ausencia de expresión de voluntad de los creadores de los convenios. (Aguilar, 1955)

Para el caso en concreto el contrato se basa principalmente en el principio de “autonomía privada o autonomía de la voluntad”. Así tenemos: a) El aspecto primordial de la autonomía de la voluntad en el ámbito contractual es la libertad de contratar o de abstenerse de hacerlo. Este concepto se refiere a la libertad constitucional de establecer relaciones contractuales, lo que conlleva la libertad de elegir a la otra parte implicada en el contrato (lo que se denomina libertad de elección). b) Además, engloba la libertad de elegir el tipo de contrato, lo que permite a los individuos optar por la opción más ventajosa para satisfacer sus intereses dentro del marco legal. c) Asimismo, incluye la libertad de celebrar contratos atípicos,

que son contratos que se apartan de los tipos estándar regulados por la ley. d) Por último, engloba la capacidad de modificar los términos y condiciones de los contratos típicos. Es decir, que el contenido cláusulas y condiciones de los contratos típicos, puede ser modificado si la norma que los establece tiene carácter dispositivo. (Arnau, 2008/2009)

En su sentido más amplio la autonomía de la voluntad se refiere a la libertad del ser humano para tomar sus propias decisiones, sin depender de cualquier influencia externa. En el ámbito jurídico su significado es más limitado, como aquella libertad de las personas para determinar la oportunidad y el sentido de su propio comportamiento en la toma de decisiones.

De otra parte, en el aspecto individual la autonomía se equipara a la soberanía, a la libre decisión; siendo esta la prerrogativa que permite establecer una norma a la que sujeta su independencia. Cuando los individuos actúan libremente en la esfera del derecho utilizan como instrumento los actos jurídicos. (Muñoz, 2021)

Finalmente, referente a este principio Gonzales et al., (2005) señalan que se refiere a que las partes son libres para autoajustar sus intereses, mediante la negociación, el cual se considera como vital e importante “la creación de facultades ilimitadas en la producción de efectos jurídicos, con excepción del orden público o la buena fe” (p. 316).

3.3.2 Principio de la fuerza obligatoria del contrato

Este principio se expresa en el adagio *pacta sunt servanda*, y se consagra, además en forma enérgica en el artículo N° 1134 del Código de Napoleón que establece, las convenciones legalmente formadas, tienen fuerza de ley respecto de aquellos que las han celebrado (Aguilar, 1955).

Según la teoría clásica, tanto el juez como las partes que celebran el contrato deben observar la fuerza obligatoria del contrato. Los primeros, al estar obligados a cumplir con sus

deberes, también deben observar y cumplir lo previsto en la ley. Por su parte el juez no tiene la autoridad para revisar, corregir, modificar o cambiar los términos del contrato, sino que debe garantizar su cumplimiento. Consiguientemente, los contratantes solo pueden liberarse de las obligaciones que contrajeron, en los casos en que la prestación a que están obligados sea imposible ya sea por caso fortuito o fuerza mayor; pero si no cumplen por su culpa, serán condenados al cumplimiento *in natura* o en equivalencia, de la obligación, es decir al pago de los daños y perjuicios ocasionados. (Aguilar, 1955)

Asimismo, la fuerza vinculante del contrato debe permanecer intacta incluso si las condiciones del contrato cambian a lo largo del tiempo, lo que puede resultar oneroso para una de las partes debido a circunstancias imprevistas como una guerra, epidemias, depreciación de la moneda o cualquier otra catástrofe general. Para la doctrina clásica, a pesar del cambio imprevisto de circunstancias, el contrato debe permanecer en la forma originariamente pactada y las prestaciones de este deben ser ejecutadas fielmente por las partes. (Aguilar, 1955)

Es tomarse en cuenta que, conforme a las circunstancias sobrevenidas, solo excepcionalmente el contrato puede ser modificado por imprevisión, esto es, por el cambio no previsible de antemano de las circunstancias del mismo, y ellos en los casos en que se pactó de manera expresa insertándose en el contrato la cláusula “*rebus sic stantibus*”, en virtud de la cual el contrato puede ser revisado si los acontecimientos exteriores trastornan las condiciones de ejecución del contrato, pero la fuerza de esta excepción, que viene a confirmar la regla de que el contrato no puede ser alterado o modificado en el curso de su ejecución, el principio supremo ante el que se inclinaba la doctrina clásica, impuesto tanto a las partes como al juez, es el de la seguridad de la convención “*pacta sunt servanda*”. (Aguilar, 1955)

3.3.3 Principio de buena fe

Según Gonzales et al., (2005) jurisprudencialmente es un principio de raigambre constitucional y jerarquía supra legal, la buena fe; se conceptualiza como un comportamiento leal, sincero y honesto para con los intereses de otros a los cuales está vinculado. La buena fe se puede entender en dos sentidos; la subjetiva hace referencia al estado psicológico de una persona que se caracteriza por la equivocación o el desconocimiento de una situación; la objetiva, se refiere a las normas de conducta que obliga a comportarse de forma leal.

Esta conducta muchas veces se ve en los contratos, se manifiesta de las siguientes maneras: Tolerancia en relación con el cumplimiento de las obligaciones de la contraparte y la actitud dinámica, es decir contribuyendo en la ejecución del acto jurídico, que en la práctica esto genera la creación de deberes positivos y de colaboración con las normas contractuales al cumplimiento de la ley.

3.3.4 Principio consensual

Para que un contrato sea válido, se requiere como requisito fundamental el consentimiento, este a su vez actúa como optimizador. Por ejemplo, el ponerse de acuerdo en el precio de la compraventa de un bien mueble.

En ese sentido, el art. 1352 del Código Civil - Decreto Legislativo 295 (1984) regula al consensualismo del siguiente modo: “Los contratos se perfeccionan por el consentimiento de las partes, excepto aquellos que, además, deben observar la forma señalada por la ley bajo sanción de nulidad” (p. 240). De este modo, consideraremos que se puede celebrar el contrato cuando surge la voluntad común de los contratantes, dicho de otro modo, en el instante en el que se unen las voluntades de las partes y que éstas se confluyen en el consentimiento de ambos. En este sentido se puede afirmar, que el contrato, es el pacto o acuerdo de las voluntades.

Por tanto, por el principio del consensualismo: Los contratos se perfeccionan por el simple consentimiento de las partes sin necesidad de la entrega del bien ni el pago del precio, ni de la observancia de ninguna formalidad; de donde se desprende que este principio es contrario al principio del formalismo (Donaires, 2012, p. 20).

3.3.5 Principio de permanencia o de asimilación del contrato a la ley

De acuerdo con el presente principio, el contrato tiene la misma operatividad que un contrato ley, ya que crea una disposición que tiene por receptores a los sujetos que son parte del contrato. Esta regla exige a los contratantes su cumplimiento del mismo modo que la ley, bajo este aspecto independientemente de las justificaciones que se puedan presentar, es imperativo su observación y cumplimiento. Es así que, de este principio se deriva la irrevocabilidad del contrato por voluntad unilateral, ya que tanto el contratante como el contratista no pueden desligarse de los compromisos asumidos. (Gonzales et al., 2005)

Otros autores no definen el principio de la permanencia como la irrevocabilidad del contrato, si no como el carácter de prevalecer en el tiempo, por lo que el compromiso de permanencia hace referencia a que, en un periodo de tiempo, una de las partes está obligada a beneficiar a la otra, el principio de permanencia tiene relación con la obligatoriedad del contrato, ya que la permanencia en el tiempo es una forma de clasificar el carácter obligatorio del contrato.

El contrato ha sido tratado desde tiempos remotos, siendo que desde sus inicios se ha constituido en una figura imprecisa. Sin embargo, la permanencia del contrato no debe asumirse como intacta o inalterable, sino que éste ha tenido que ir sufriendo una serie de modificaciones a fin de responder convenientemente a las transformaciones económicas, políticas, sociales e incluso morales de las sociedades, exigiendo al derecho la regulación de esta nueva realidad. (Valdes, 2007, p. 98)

3.3.6 Principio de solidaridad

El solidarismo contractual aparece en Francia a fines del siglo XIX como oposición a los abusos de la autonomía de la voluntad. El objetivo de esta doctrina es restaurar un cierto equilibrio en los contratos mediante una interpretación diferente de los mismos. Las partes deben tener en cuenta el interés del otro, y de esta manera conciliar los imperativos clásicos de la estabilidad y la seguridad jurídica con principios como la solidaridad, la colaboración, la lealtad, la coherencia, entre otros. (Bernal, 2007, p. 15)

Esta doctrina fomenta la observancia de los principios de lealtad, solidaridad y buena fe. Sumado a ello, se ha mantenido que el solidarismo recae en las ideas de la función social que tienen los contratos y en la búsqueda del equilibrio contractual. (Bauer y Bernal, 2021, p. 60)

Se sustenta la teoría del solidarismo dentro del margen de la buena fe y la prohibición del ejercicio abusivo del derecho. Considerando que la teoría del solidarismo contractual no ha sido aún recepcionada expresamente en la legislación peruana, porque, intentamos desde otros principios, que incluso tienen recepción legal y aplicable al *iter contractual*, arribar a una fórmula interpretativa que permita solucionar los problemas de incumplimiento contractual. (Chang, 2020)

Con respecto al principio de solidaridad, se puede afirmar que la solidaridad contractual se basa principalmente en la necesidad de civismo contractual, lo que significa que cada contratante debe considerar y respetar los intereses legítimos de su contratante. Los principios de altruismo, decencia, coherencia, proporcionalidad y cooperación son ejemplos concretos de esta ética contractual, que rechaza el egoísmo, la indiferencia, la indolencia y el cinismo. (Chang, 2020)

Desde la perspectiva del solidarismo contractual, se espera que los contratantes orienten sus acciones hacia una colaboración y ayuda mutua, incluso si los intereses de las partes son diferentes o contrapuestos, y rechazar las actitudes opuestas de los contratantes, ya que se basa principalmente, ya que se justifica en principios como la buena fe, la lealtad, la coherencia, la equidad y la cooperación.

3.3.7 Principio de suspensión de los efectos del contrato

El incumplimiento de obligaciones con vínculo contractual, o la negativa de cumplir, la suspensión o el retraso, trae consigo efectos y consecuencias totales o parciales. La suspensión de los contratos es de aplicación más restringida, ya que solo opera en situaciones de anormalidad económica de carácter transitorio (Lopera, 1967).

Para los sectores tradicionalistas, el efecto de suspensión tiene la ventaja que no implica intervención judicial en el ámbito de la autonomía de la voluntad, en la esfera contractual. Por otro lado, esta solución tiene el impedimento de que requiere evaluar la duración del fenómeno (larga duración o transitorio), lo que resulta dificultoso en la mayoría de los casos (Lopera, 1967).

Este principio está relacionado con la doctrina de la frustración y se define como la imposibilidad de lograr la finalidad del contrato debido a eventos externos. Esto destaca la diferencia entre el incumplimiento, que depende de la voluntad o la culpa de una de las partes o ambas. El fundamento de la frustración estaría entonces en su independencia respecto de la conducta de las partes, es así que, para el caso de Inglaterra, Cieza (2020), pone un ejemplo, a saber:

En el caso *Paradine v. Jane*, se tiene que:

Paradine suscribió un contrato de arrendamiento de un predio con Jane, esta última se obligaba a pagar una renta por el usufructo del predio. Sin embargo, luego de un tiempo Paradine demandó a Jane a causa de la pandemia ocasionada por la Guerra Civil Inglesa comandada por el Príncipe Rupert, lo que generó un cambio de coyuntura a nivel contractual. Entonces, Paradine solicitó el pago de la renta, pero Jane expresó que había sido privada del mencionado predio por el dueño (el Príncipe Rupert) y que no había conseguido disfrutar del referido predio durante tres años. El Tribunal (King's Bench) consideró obligado el pago y enunció el llamado principio de la absoluta voluntad contractual, a causa del mismo, las obligaciones contractuales asumidas debían cumplirse a pesar de la subsistencia de un accidente por necesidad inevitable, si el obligado no había tomado precauciones incorporando cláusulas específicas en el contrato. Entonces, se puede concluir que esta es una de las teorías de la frustración que llegó a tener mayor aceptación y que significa que el objeto del negocio ya no se puede realizar y que, por tanto, sería abusivo y contrario a la buena fe su implementación en la doctrina de la frustración y la aparición de los casos de Coronación. (Chamie, 2010)

3.3.8 Principio de adecuación a las circunstancias de los contratos

Se indica que este principio es una consecuencia de la imprevisión, se basa en que el vínculo jurídico no desaparece, en su lugar se produce un reajuste de las prestaciones, en otras palabras, las prestaciones se renuevan en base a la realidad económica impuesta por los acontecimientos fortuitos. (Lopera, 1967)

Este principio tiene buena aceptación en las leyes y en la jurisprudencia, ya que se adecua a las circunstancias socio- económicas del contrato y a las necesidades jurídicas. Pero, la terminación o resolución inconsultas de un número apreciable de contratos como

consecuencia de la aparición de fenómenos, podría ocasionar otros trastornos en la economía de un país, y contribuir a agravar desequilibrios existentes, cuya corrección se busca.

Mediante este principio, el juez tiene como función la revisión y la fijación del contrato, de acuerdo a las necesidades de cada caso, con el fin de que estas recobren el equilibrio inicial y que se restaure la economía contractual. Cabe destacar que el juez tiene la facultad de incrementar o disminuir los precios pactados y todas las cuantías acordadas, regular como se deben cumplir, incorporar nuevos plazos, alargar los pactos, etc.

La parte demandada puede presentar una modificación del contrato en respuesta a una demanda de resolución de contrato. Por su parte el demandante podría evaluar si es viable preservar el contrato y si la modificación lo beneficia. Se considera una medida apropiada, pues, evita un exceso en las posibilidades de defensa de ambas partes. En otras palabras, tanto el demandante como el demandado tendrán la posibilidad de discutir si el contrato se modifica por el cambio de circunstancias que alteran la base del negocio o si procede la resolución del contrato ante la imposibilidad del cumplimiento de las prestaciones o que estas resulten excesivamente onerosas para la parte que las ejecuta o el valor de la contraprestación habría disminuido de manera evidente. (Cieza, 2020)

Ante ello, consideremos que es importante renegociar el contrato antes de presentar la demanda para evitar costos de transacción como un proceso judicial o incluso un arbitraje.

Según una doctrina contemporánea, con respecto al análisis del artículo 1440 del Código Civil dice: Si bien es cuestionable que se haya autorizado al deudor a solicitar la modificación del contrato, el hecho de que se haya invertido el procedimiento lo hace inútil en la realidad; por su parte el juez puede declarar el contrato como resuelto si el demandado lo solicita. En otras palabras, al acreedor demandado se le concede el derecho a solicitar la resolución del contrato, permitiendo que el acreedor demandado puede revocar el contrato. Por

lo tanto, se pueden plantear las siguientes preguntas: ¿Cuál es el propósito de la excesiva onerosidad, si el demandado tiene la capacidad de solicitar la resolución del contrato? ¿No sería suficiente que el juez rechace la solicitud de adaptación del deudor y, por lo tanto, ordene la ejecución del contrato? ¿Por qué tomar la decisión de resolver el contrato a favor del acreedor? (Cieza, 2020)

Con relación a ello, Cieza (2020) señala que nuestro legislador quiso innovar y hacer una variación al revés de su fuente de inspiración (el Código Civil italiano), para lo cual colocó en primer término la posibilidad judicial de solicitar la modificación del contrato excesivamente oneroso por el cambio de circunstancias y, en segundo lugar, impuso la posibilidad judicial de resolver el contrato por parte del acreedor, convirtiendo en inútil la figura, pues el demandado acreedor podrá resolver el contrato, lo que seguramente hará. El legislador argumentó que otorgó al juez la facultad de modificar el contrato, lo que algunos consideran como una intervención, ya que solo el juez tiene la autoridad para hacerlo. Sin embargo, si el acreedor demandado tiene la capacidad legal de resolver el contrato, ¿de qué sirve esta voluntad intervencionista del legislador?

3.4 El contrato de arrendamiento

3.4.1 Concepto

El contrato de arrendamiento, también conocido como contrato de alquiler, es un acuerdo mediante el cual una parte (arrendador) se compromete a ceder el uso temporal de un bien a otra parte (arrendatario) a cambio de un pago periódico. Este tipo de contrato es muy común en el ámbito inmobiliario, pero también se aplica a otros bienes muebles.

3.4.1.1 Definición, características y elementos

Según el artículo 1666 del Código Civil Peruano, “el arrendamiento es un contrato por el cual el arrendador se obliga a ceder temporalmente al arrendatario el uso de un bien, mueble o inmueble, a cambio de una renta convenida” (Código Civil Peruano, 1984). Este contrato puede ser verbal o escrito, aunque la forma escrita es recomendable por motivos probatorios.

Las características principales del contrato de alquiler son:

- **Temporalidad:** El contrato de alquiler es de naturaleza temporal y su duración debe estar claramente establecida.
- **Pago de renta:** El arrendatario debe pagar una renta periódica, que puede ser mensual, trimestral, anual, etc.
- **Uso específico:** El arrendatario puede usar el bien solo para el fin especificado en el contrato.

Sus elementos constitutivos esenciales son:

- **Partes:** Arrendador (dueño del inmueble) y arrendatario (quien recibe el uso del inmueble).

- **Objeto:** Bien inmueble que se cede en alquiler.
- **Precio:** Renta o canon que paga el arrendatario por el uso del inmueble.
- **Plazo:** Duración del contrato de alquiler.

Obligaciones de las Partes

Las principales obligaciones del arrendador incluyen:

- Entregar el bien en buen estado.
- Mantener el bien durante el arrendamiento.
- Garantizar el uso pacífico del bien.

Por su parte, el arrendatario debe:

- PAGar la renta en los plazos acordados.
- Usar el bien conforme a lo pactado y cuidarlo.
- Devolver el bien al finalizar el contrato en el estado en que lo recibió, salvo el desgaste natural.

Doctrina

La doctrina peruana ha estudiado ampliamente el contrato de alquiler. Por ejemplo, de acuerdo con Torres Vásquez (2018), “el contrato de alquiler es fundamental en la economía, ya que facilita el acceso a bienes sin la necesidad de una compra inmediata” (p. 54).

Para Rodolfo Forero Vargas (2012): "El contrato de arrendamiento es un contrato consensual, bilateral, oneroso, de tracto sucesivo y conmutativo" (p. 345).

3.5 El contrato de hospedaje

El contrato de hospedaje es un acuerdo entre un proveedor de servicios de alojamiento y un huésped, donde se presta el servicio de alojamiento a cambio de un pago.

3.5.1 Definición, características y elementos

Según el Código Civil Peruano, el contrato de hospedaje se regula en el artículo 1782, donde se establece que “por el contrato de hospedaje, una parte se obliga a proporcionar albergue y, en su caso, alimentos y otros servicios a una persona, por un tiempo determinado y mediante una retribución” (Código Civil Peruano, 1984). Este tipo de contrato se encuentra principalmente en el sector turístico y hotelero.

Las características del contrato de hospedaje incluyen:

- **Temporalidad:** Suele ser de corta duración y es específico para la estancia temporal de una persona.
- **Servicios adicionales:** Además del alojamiento, pueden incluirse servicios como alimentos, limpieza, entre otros.
- **Pago de tarifa:** El huésped paga una tarifa por los servicios recibidos, generalmente diaria.

Sus elementos constitutivos esenciales son:

- **Partes:** Hostelero (propietario del establecimiento hotelero) y huésped (quien recibe el alojamiento).
- **Objeto:** Habitación o unidad de alojamiento en un establecimiento hotelero.
- **Precio:** Tarifa que paga el huésped por el alojamiento.

- **Plazo:** Duración de la estancia del huésped.

Obligaciones de las partes

El proveedor de hospedaje tiene las siguientes obligaciones:

- Proporcionar el alojamiento en las condiciones acordadas.
- Prestar los servicios adicionales convenidos.
- Garantizar la seguridad del huésped y sus pertenencias.

El huésped, por su parte, debe:

- PAGar la tarifa acordada.
- Respetar las normas de convivencia del establecimiento.
- Usar las instalaciones de manera adecuada y responsable.

Doctrina

El contrato de hospedaje ha sido objeto de numerosos estudios doctrinarios. Según García (2019), “el contrato de hospedaje no solo implica una relación comercial, sino también un deber de protección y seguridad hacia el huésped” (p. 79).

Para Pablo Lamet (2018): "El contrato de hospedaje es un contrato atípico que presenta características propias que lo distinguen del contrato de arrendamiento" (p. 124).

3.6 El contrato de adhesión

El contrato de adhesión es un tipo de contrato en el cual una de las partes establece todas las condiciones y términos, mientras que la otra parte se limita a aceptar o rechazar dichas condiciones sin posibilidad de negociación.

3.6.1 Definición y características

El artículo 1352 del Código Civil Peruano define al contrato de adhesión como aquel en el cual “las cláusulas han sido predispuestas por una de las partes y la otra se limita a aceptar” (Código Civil Peruano, 1984). Estos contratos son comunes en servicios financieros, telecomunicaciones y seguros.

Las características del contrato de adhesión incluyen:

- **Unilateralidad en la redacción:** Una sola parte establece las condiciones contractuales.
- **Aceptación completa:** La otra parte debe aceptar todas las condiciones sin posibilidad de modificación.
- **Protección del consumidor:** Generalmente, las legislaciones incluyen medidas para proteger al consumidor en estos contratos.

Elementos Constitutivos del Contrato de Adhesión

- **Partes:** Las partes en un contrato de adhesión son:

Predisponente: La parte que redacta unilateralmente las cláusulas del contrato.

Adherente: La parte que acepta o rechaza el contrato en su totalidad.

- **Objeto:** El objeto del contrato de adhesión puede ser la prestación de un bien, servicio o ambos.
- **Cláusulas:** Las cláusulas del contrato de adhesión son preestablecidas por el predisponente y no pueden ser negociadas por el adherente.
- **Precio:** El precio del bien o servicio objeto del contrato de adhesión es establecido por el predisponente y no puede ser modificado por el adherente.

Obligaciones de las Partes

En los contratos de adhesión, las obligaciones de la parte predisponente incluyen:

- Informar claramente todas las condiciones del contrato.
- Cumplir con los términos establecidos.

La parte adherente debe:

- Leer y comprender las condiciones antes de aceptar.
- Cumplir con las obligaciones derivadas del contrato.

Doctrina

En la doctrina peruana, se ha analizado la naturaleza protectora del derecho en los contratos de adhesión. Como señala Peña - Cabrera (2017), “los contratos de adhesión deben ser regulados estrictamente para evitar abusos y garantizar la equidad entre las partes” (p. 102).

Para Forero (2012): "Los contratos de adhesión son una forma de contratación masiva en la que una de las partes, denominada predisponente, impone a la otra parte, denominada adherente, las cláusulas del contrato sin posibilidad de negociación" (p. 352).

CAPITULO IV

COMPETENCIA DESLEAL

4.1 Competencia desleal

4.1.1 Concepto de competencia

Según la Real Academia Española (2020) competencia es, pelea o riña entre dos o más personas por algo. Oposición o competencia entre dos o más personas que intentan lograr algo. Condiciones bajo las cuales empresas competidoras en el mercado ofrecen o demandan productos o servicios similares.

Define Velandia (2011) que “la competencia es el enfrentamiento de las empresas por la clientela” (p. 49). Es decir, es la rivalidad persistente entre dos o más interesados que buscan un mismo objetivo; ello relacionado a la rivalidad que existe de las empresas en el mercado frente a una misma oferta.

“La competencia es la concurrencia en un mismo mercado de múltiples empresas que producen bienes o servicios similares y de un gran número de consumidores que compran libremente con suficiente información” (Comisión Nacional de los Mercados y la Comisión, 2013)

4.1.2 Leal Competencia

Esto constituye deshonestidad, y surge una objeción objetiva de buena fe cuando esta conducta es contraria al propósito de perseguir las leyes de competencia desleal. (García, 2004).

Es decir que los actores que participan y rivalizan en el mercado actúen sin perjudicar su correcto funcionamiento y conforme lo establecido en la normativa y buenas costumbres.

4.1.3 Derecho de la Competencia

“Es la rama del derecho que se encarga de regular el comercio mediante la prohibición de conductas ilegales que tiene como efecto real o potencial afectar al proceso competitivo” (Aguila y Gallardo, 2018, p. 10).

En ese entendido, el derecho de competencia se encarga de promover una competencia justa ello en alineación al principio de Libre Competencia que enmarca las Economías Sociales de Mercado.

4.1.4 Libre Competencia

Según Oyarce (2013), la libre competencia es el instrumento óptimo de esta manera promocionar una retribución de eficiencia de recursos en el mercado. Esto se debe a que los proveedores mejoran la calidad de sus productos al bajar los precios para ganar las preferencias de los consumidores. Se obtiene como respuesta que los consumidores tienen mejores opciones, por lo que proteger la libre competencia es uno de los principios más importantes del desarrollo económico nacional.

4.1.5 Represión de la competencia desleal

La represión de la competencia desleal se refiere a las medidas legales y regulatorias destinadas a prevenir y sancionar prácticas comerciales que distorsionan el mercado y perjudican a otros competidores. Estas prácticas incluyen actividades como publicidad engañosa, apropiación indebida de secretos comerciales, denigración de productos de competidores, y cualquier otra conducta que vaya en contra de los principios de la competencia justa y ética. La finalidad de estas medidas es garantizar un entorno de negocios equitativo, proteger a los consumidores y fomentar una competencia saludable y transparente en el mercado.

4.1.6 La competencia desleal

En el art 6 párr. 2 El acto de competencia desleal es, la competencia desleal es un acto que viola los requisitos de buena fe que deben guiar la competencia en la economía social de mercado. (D.Leg. Nro. 1044, Decreto Legislativo que aprueba la Ley de Represión de la Competencia Desleal, 2008)

Según Contreras (2012), la competencia desleal es “la disconformidad con la integridad empresarial o las buenas prácticas comerciales, el abuso al consumidor, el engaño al consumidor y las malas intenciones comerciales” (p. 29)

Por otro lado, Casajuana (2020) define como, el comportamiento ilícito mediante el cual una empresa, profesional o persona física desfigura o puede alterar la conducta de la persona que consume o de un mercado concreto. Normalmente se define la competencia desleal como el acto que persigue obtener una ventaja competitiva mediante un comportamiento irregular que no se acoge a los criterios generales de la buena fe.

Podemos desprender de estos conceptos que la Competencia desleal, hace referencia específicamente al accionar ilegal o engañoso, que perjudican al consumidor o empresas. Por ello debe ser reprimida, para fomentar una competencia libre y sana.

En tal sentido, la competencia desleal son todas aquellas prácticas contrarias a la buena fe realizadas por un agente de mercado con el fin de perturbar el mercado y afectar a sus participantes de manera negativa y obtener un beneficio para sí mismo.

4.1.7 Infracciones a la competencia desleal

La Ley contra la Competencia Desleal contiene una lista de competencia desleal:

- (i) Actividades que afectan la integridad del mercado, incluyendo actividades fraudulentas y engañosas.
- (ii) Mal comportamiento que afecte la reputación de un negocio, acciones difamatorias, calumnias, comparaciones y comparaciones inapropiadas.
- (iii) Actividades que alteran injustamente la posición competitiva o la posición competitiva de otros, incluidas las actividades que violan secretos comerciales, violan leyes y dañan el comercio.

4.1.8 Clasificación Doctrinaria de represión de la competencia desleal

Dentro de esta fueron creadas diferentes categorías de prácticas de competencia desleal, cada una de las cuales proporciona diferentes pautas sobre la implementación de prácticas de competencia desleal en el mercado. La aceptación de cada una de estas creencias en diferentes países se analiza a continuación.:

4.1.9 Clasificación de Wolfgang Hefermehl

Como señala Conde Bautista (2012, como se citó en Contreras, 2012):

Esta clasificación es adoptada por la doctrina Alemana y Suiza, para ser introducida posteriormente en el Derecho Español., estos actos de competencia desleal se dividen en cinco: Captación desleal de la clientela, 2. Obstaculización desleal de los competidores, 3. Actos de Explotación desleal de esfuerzos ajenos, 4. Obtención de ventaja competitiva mediante la violación de normas, 5. Perturbación del mercado. (p. 79).

4.1.10 Clasificación de Gustavo Ghidini

Según Ghidini (1975, como se citó en Contreras, 2012), Doctrina adoptada por Italia. Donde se desarrolla que los actos concurrencialmente desleales dentro de las funciones de la empresa son: 1. Función distintiva, 2. función promocional, 3. Función distributiva, 4. función de política personal. 5. función de investigación y desarrollo. (p. 80)

4.1.11 Clasificación de Volker Emmerich

Al respecto Conde (2012, como se citó en Contreras, 2012): Adoptada por la mayoría de la Doctrina Europea y específicamente por la mayoría de los autores españoles. Dividido en tres grupos funcionales. 1. Grupo de protección del empresario, 2. Grupo de la protección del consumidor. 3. Grupo de la protección del mercado. (p. 81)

4.1.12 Clasificación de Paul Roubier

Conforme desarrolla Roubier (1954, como se citó en Otamendi, 1998), las acciones de competencia desleal son divididas sobre acciones de confusión, denigración, acciones de desajuste interna de la empresa competidora y acciones de desorganización general de mercado. (p. 7)

De la revisión de la LRCD, Advertimos que la clasificación con la que se desarrolla es la de Roubier. Sin embargo, esta es precisa respecto a actos que se desarrollaron en la década de los 50, sin reparar en la actualidad.

4.2 Evolución de la regulación de la competencia desleal del Perú.

4.2.1 Marco legal nacional

En la extensa historia de nuestro país, el mismo ha atravesado una evolución en relación al ámbito del reconocimiento a derechos fundamentales y con ello a definirse como un Estado Constitucional de Derecho, en ese sentido para definirse como tal conforme el Tribunal Constitucional ha precisado ha sido:

Abandonar la tesis según la cual la Constitución no era más que una mera norma política, esto es, carente de contenido jurídico vinculante y compuesta únicamente por una serie de disposiciones orientadoras de la labor de los poderes públicos, para consolidar la doctrina conforme a la cual la Constitución es también una norma jurídica, es decir, una norma con contenido dispositivo. (Expediente N° 5854-2005-PA/TC, 2005)

Es decir, que se han brindado mayor relevancia a los derechos fundamentales, mismos que cobraran relevancia en la sociedad peruana, puesto que se acoge la supremacía de la Constitución Política del Perú y por lo tanto se encuentran facultados a desarrollarse y expandirse desde el ámbito social hasta el económico, precisamente el ámbito económico encuentra un mayor respaldo y con ello se entiende un crecimiento exponencial y acelerado, en ese sentido nuestra Constitución ha desarrollado principios que brindan las bases para las actividades económicas peruanas, mismas que si bien tienen autonomía o libertad, siempre deben ser en concordancia con las Leyes, que se detallan de la siguiente manera:

1. Iniciativa Privada Libre y Economía Social de Mercado

La misma se encuentra regulado en el Artículo 58 de la Constitución Política del Perú y precisa:

La iniciativa privada es libre. Se ejerce en una economía social de mercado. Bajo este régimen, el Estado orienta el desarrollo del país, y actúa principalmente en las áreas de promoción de empleo, salud, educación, seguridad, servicios públicos e infraestructura (Constitución Política del Perú, 1993)

De entenderse la iniciativa privada como aquel derecho fundamental de cualquier persona (natural o jurídica) para poder participar en la vida económica de una nación, ya sea de forma individual o colectiva. Dicho derecho implica que cualquier sujeto de derecho pueda iniciar y desarrollar de forma plenamente autónoma la actividad económica de su elección, siempre y cuando actúe dentro de los límites que la Ley establece. Es decir que siempre actuara en consonancia con la Economía Social de Mercado.

Según Hayek la actividad económica proporciona los recursos materiales necesarios para alcanzar todos nuestros objetivos. Si tenemos la libertad de elegir nuestros objetivos, es porque también tenemos la libertad de elegir nuestros medios. Por lo tanto, la libertad económica¹¹ es un requisito previo para todas las demás libertades, y la libertad de empresa es a la vez un requisito previo y una consecuencia de la libertad personal. (Hayek, 2014)

En concordancia, el Tribunal Constitucional ha brindado mayores luces respecto a este derecho fundamental, de la siguiente manera:

Por lo tanto, el Tribunal ha determinado que un principio adicional que guía todo el marco económico es el de la empresa privada sin restricciones, tal como se establece en el artículo 58 de la Constitución. Este principio está estrechamente vinculado con lo dispuesto en el artículo 2, párrafo 17, del mismo documento, que garantiza el derecho fundamental de toda persona a realizar actividades económicas, de manera independiente o en colaboración con otras, dentro del país. Por lo tanto, se puede concluir que cualquier individuo o entidad, ya sea física o jurídica, tiene derecho a dedicarse de forma independiente a sus actividades económicas preferidas y a promoverlas. Esto incluye la manipulación o distribución de diversos productos con fines de producción y transacciones económicas, con el objetivo último de adquirir beneficios o ventajas tangibles. La iniciativa privada está permitida siempre que no entre en conflicto con los intereses generales de la sociedad, que están salvaguardados por diversas normas dentro del marco legal, como la Constitución, los tratados internacionales y la legislación pertinente. (Expediente N° 0001-2005-PI/TC, 2005)

Reiterándose la libertad que tiene cualquier persona de realizar una actividad económica y formar parte del mercado, empero también se reitera que debe ir siempre en el plano de legalidad, denotándose un rol preventivo y regular mas no intrusivo por parte del Estado en el mercado, más aún cuando una actividad económica vulnere o transgreda el ordenamiento jurídico, esto es una economía social de mercado, misma que se debe entender como:

Aquel sistema económico que integra la libertad económica con la justicia social. Este sistema reconoce que un mercado altamente eficiente que satisfaga todas las necesidades de una sociedad es insuficiente y otorga al Estado la autoridad y el deber de intervenir cuando se vean amenazados intereses sociales legítimos reconocidos. (Paz, 2019)

- Libertad de Empresa, Comercio e Industria

Seguidamente se encuentra regulado la libertad de Trabajo y Empresa, el cual está estipulado en el Artículo 59 de la Constitución Política del Perú, que precisa:

El Estado promueve la generación de prosperidad económica y garantiza los derechos al empleo, la iniciativa empresarial, el comercio y la industria. La práctica de estas libertades no debe tener un impacto negativo en la moralidad, la salud o la seguridad pública. (Constitución Política del Perú, 1993)

De dicho precepto constitucional, se tiene que la libertad de empresa, comercio e industria es considerada como un derecho, sin embargo, no siempre fue así, puesto que inicialmente se originó como una libertad de hacer.

La libertad de empresa tiene su antecedente histórico en la Revolución Francesa, cuando se instauró el principio de libertad de comercio y de industria paralelamente a la proclamación de la propiedad como derecho sagrado e inviolable, esto bajo un

sistema económico autosuficiente y como consecuencia del derecho natural y de una política antiestatal. (Galgano, 1999)

Es con el transcurso de décadas, que la libertad de empresa fue adoptándose como un derecho propio de cualquier miembro integrante de la sociedad, lo cual es concordante con la iniciativa privada libre, puesto que cualquier persona sin discriminación puede dar origen a una actividad económica. En concordancia, el Tribunal Constitucional ha detallado:

A la inversa, el artículo 59 de la Constitución establece la libertad de empresa como la facultad de elegir y ejecutar la constitución de una entidad empresarial con el propósito de producir productos o prestar servicios, con el fin de satisfacer la demanda de los consumidores o usuarios. La estructura del sistema se centra en el desempeño económico autodeterminado, lo que significa que el modelo económico de mercado social servirá de base para sus operaciones, al tiempo que impone restricciones a sus actividades. Por lo tanto, esta libertad debe ejercerse dentro de los límites establecidos por la ley, que incluyen principalmente consideraciones de seguridad, limpieza, moralidad y preservación del medio ambiente. Además, el ejercicio de esta libertad también debe respetar los numerosos derechos socioeconómicos reconocidos por la Constitución. (Expediente N° 0001-2005-PI/TC, 2005)

Entonces, la libertad de empresa al ser la conceptualización de creación de riqueza por cualquier sujeto, el Estado tiene el deber de fomentarla, en concordancia con una economía social de mercado, debiendo asegurarse de que las actividades económicas no causen perjuicio para la moral, salud o seguridad pública. Por lo que dicho derecho se encuentra restringido cuando pudiera causar daños o perjuicios a otros miembros de la sociedad.

En ese contexto, “La libertad de empresa es el medio por el que los individuos satisfacen su deseo de satisfacer las necesidades de los demás a través de iniciativas empresariales, impulsadas por un auténtico afán de lucro” (Guzmán, 2020)

- Pluralismo Económico

Estipulado en el Artículo 60 de la Carta Magna, el mismo establece que “El Estado reconoce la pluralidad económica. La economía nacional prospera gracias a la presencia simultánea de varios tipos de propiedad y espíritu empresarial” (Constitución Política del Perú, 1993)

Al respecto se debe entender que el pluralismo económico tiene como característica principal la democracia, es decir que se funda en una forma de sociedad que es gobernada de manera justa, perfecta para que las personas convivan en armonía, lo cual llevado al ámbito económico es que las actividades económicas realizadas por cualquier persona procuren cohabitar con otras actividades económicas de su mismo tipo u otro.

Esto implica que existe un principio de igualdad entre las numerosas formas de propiedad y de empresa. Por lo tanto, no estamos reafirmando el pluralismo del que hablábamos hace años, que era tolerancia para una determinada forma de empresa privada, pero con clara prioridad, e incluso hegemonía, de las no privadas. En este contexto, estamos hablando de pluralismo democrático, que las iguala a todas sin privilegiar a ninguna. Esto no excluye la posibilidad de regímenes fiscales adaptados al carácter de cada empresa, ni impide que reciban créditos especiales y otras facilidades para adaptarse a sus respectivas actividades económicas. Se desea que no haya superioridad de una de las formas de empresas y de propiedad entre las diversas formas; es decir que la economía nacional no descansa sobre un solo pie, sino sobre los

múltiples pies de las diversas formas jurídicas de empresa y propiedad. (Chaname Orbe, 2020)

Entonces la pluralidad económica engloba la aceptación, el reconocimiento y la previsión de la posibilidad de muchos tipos de propiedad y funcionamiento empresarial. Sugiere que hay espacio para que funcionen al mismo tiempo más de un tipo de empresas, incluidas las privadas, las públicas, las nacionales, las internacionales, las mixtas, las autogestionadas y las cooperativas, entre otras. Cada una de ellas es capaz de adoptar sus propias formas distintivas de organización. Esto indica que la Constitución reconoce la idea de igualdad entre los muchos tipos de propiedad de empresas y de iniciativa empresarial.

- Principio de Subsidiariedad

Al igual que el pluralismo económico, este precepto se encuentra regulado en el Artículo 60 de la Constitución Política del Perú (1993) y establece “El Estado sólo puede participar en operaciones empresariales directas o indirectas cuando la ley lo permita explícitamente, y sólo con el fin de servir a intereses públicos importantes o a una clara conveniencia nacional”

Como se ha precisado en el pluralismo económico, el Estado reconoce la coexistencia de múltiples modalidades económicas y empresas, por lo que se entendería que al reconocer dicha cohabitación el Estado no puede ejercer actividad económica alguna, puesto que distorsionaría el mercado, esto es la regla general; empero en concordancia con una economía social de mercado, el Estado puede realizar actividades económicas de manera subsidiaria.

La subsidiariedad, también conocida como principio de subsidiariedad, es la tendencia a favor de la participación subsidiaria del Estado en apoyo de los esfuerzos privados o

comunitarios. Es un criterio que intenta limitar la acción del Estado a aquello que la sociedad civil no puede realizar por sí misma. (Rodríguez Cairo, 2016)

Así mismo, el Tribunal Constitucional ha desarrollado el principio de subsidiariedad de la siguiente forma:

Este principio puede concebirse en dos sentidos: vertical y horizontal. La subsidiariedad vertical se refiere a la relación existente entre un ordenamiento mayor -que puede ser una organización nacional o central- y un ordenamiento menor -que pueden ser las organizaciones locales o regionales-, según la cual el primero de ellos sólo puede intervenir en aquellos ámbitos que no son de competencia del ordenamiento menor. Dicha orientación guarda estrecha relación con los servicios públicos y el desarrollo económico-social. Por su parte, la subsidiariedad horizontal esta referida a la relación existente entre el Estado y la ciudadanía, en la cual el cuerpo político, respetando la autonomía y la libre determinación de los individuos, reduce la intervención pública a lo esencial. (Expediente N° 0008-2003-AI/TC, 2003)

Es así que, a través, de los dos sentidos, el principio de subsidiariedad se constituye como un precepto inspirador y fundamental para un Estado democrático de derecho, situándose entre las esferas de la descentralización institucional y la autonomía social. En consecuencia, el principio de subsidiariedad surge como una herramienta particular del estado que sirve para resolver conflictos y lograr la armonía entre la sociedad siempre mediante el respeto de los derechos y libertades individuales, y su finalidad es reestructurar el equilibrio entre las esferas pública y privada de acuerdo con un grado adecuado de flexibilidad que ponga de relieve la concepción democrática del orden estatal.

- Libre Competencia

Adentrándonos en el trasfondo de la competencia, la Constitución Política del Perú la desarrolla en su artículo 61 “El Estado promueve y supervisa la competencia sin restricciones. Se opone a cualquier actividad que restrinja la competencia y al abuso de posiciones dominantes o monopolísticas. Ninguna legislación o acuerdo contractual debe tener autoridad para sancionar o crear monopolios” (Constitución Política del Perú, 1993)

La competencia produce una adaptación a innumerables circunstancias que no son ni pueden ser conocidas en su totalidad por ninguna persona o autoridad, por lo que esta adaptación no puede lograrse mediante la gestión centralizada de toda la actividad económica. (Hayek, 2014)

Entonces la libre competencia como principio rector de la economía social de mercado peruano es totalmente incompatible con las empresas que lleguen a ser dominantes o monopólicas. Es decir que está prohibido constitucionalmente el establecimiento de un monopolio en cualquier actividad económica que se ejecute en territorio peruano, por lo que ni el propio Estado a través de sus gobernantes podrá autorizar dicho acto.

La libre competencia es un principio sobre el cual se inspira una economía de mercado. Se basa en la libre concurrencia de la oferta y la demanda, precios libres y ganancias libres; esto es, productores y consumidores concurren al mercado en igualdad de condiciones, de tal manera que los más eficientes tienen la posibilidad de hacer mejores negocios. En definitiva, la competencia disciplina a las empresas y protege a los consumidores. A mayor competencia mayor bienestar. (Rodríguez, 2016)

Ahora, teniendo en cuenta el Estado Constitucional de Derecho en el que se funda actualmente la coyuntura peruana mediante los principios desarrollados con anterioridad para las actividades económicas, se debe entender que el sistema económico peruano se funda en una economía social de mercado, determinando siempre las actividades económicas a realizarse conforme a Ley, de allí se desprende u origina la protección con actos de competencia desleal.

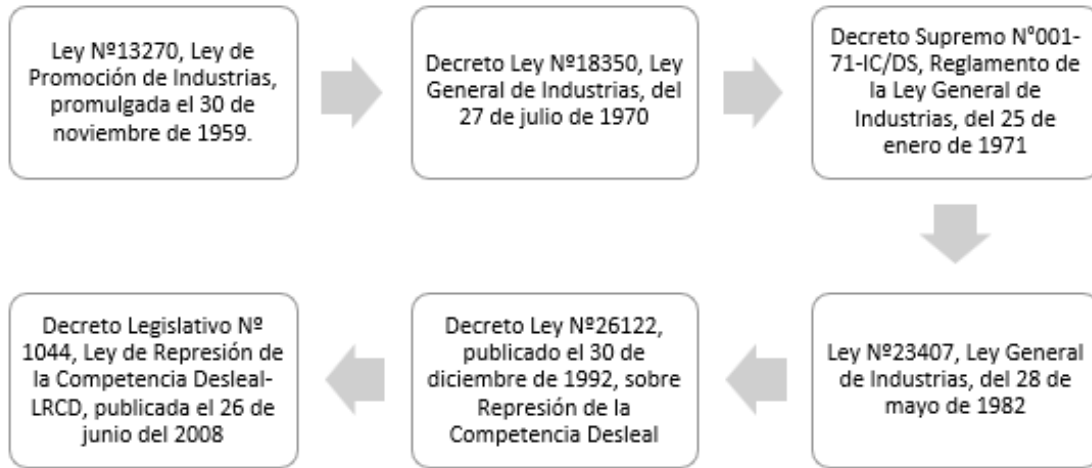
Según nuestra Constitución política del Perú, el sistema económico trata sobre un sistema económico social de mercado, un modelo social y económico que busca el crecimiento económico, garantizando la seguridad social, con una iniciativa que es libre y una competencia de la misma forma en algunas instituciones públicas. Este sistema permite la intervención. Es necesaria una definición básica de competencia desleal para cubrir la gama de prácticas desleales. No existe unanimidad en la interpretación precisa de la legislatura, la constitución y los estatutos, y en adelante nos ocuparemos de la evolución de su legislación en nuestro país. (Gagliuffi, 2013)

Ello, en concordancia con el Artículo 58 de la Constitución Política del Perú, teniéndose como objetivo que los participantes en el mercado mediante cualquier actividad económica deben basarse en la buena fe.

Lo que ocurre es que la buena fe competencial, que es un concepto que abarca mejor a lo que nos referimos, implica la realización de actividades en el mercado cumpliendo determinados principios que se consideran indispensables para que la competencia funcione adecuadamente, directamente ligados a su vez con los principios rectores de la actividad económica. (Kresalja, 1993)

Figura 1

Evolución de la Ley sobre Competencia



4.2.2 La LRCD

La Ley de Represión de la Competencia Desleal deviene del culmen y unificación de las intenciones de regular las acciones de competencia desleal en nuestro país, ello en respuesta al modelo social y a su vez dar mayor libertad a los actores de mercado, quienes fueron adquiriendo mayor importancia y renovándose conforme la evolución del estado social en el país, con esta regulación se brinda la oportunidad para que los actores de mercado encuentren amparo en caso de que uno de que uno de ellos afecte la competencia y la nueva fe en la empresa generándoles perjuicios no solo a ellos son también a los consumidores.

La ley de represión de la competencia desleal define como acto de Competencia desleal en el Art. 6. 2.

“Aquel que va en contra de los principios de prácticas empresariales justas que deben seguirse en una economía social de mercado.” (D. Leg. Nro. 1044, Decreto Legislativo que aprueba la ley de represión de la competencia desleal 2008)

Es importante señalar que la competencia leal se basa en la buena fe en los negocios, que es objetiva, no subjetiva. Por lo tanto, el comportamiento anticompetitivo surge por la violación de las normas de buena fe. Del mismo modo, no es la intencionalidad o la negligencia lo que determina una práctica de competencia desleal, sino el incumplimiento de una obligación de moral pública, así como los posibles daños o perjuicios a los clientes, a los competidores o al orden público. Este modelo es compatible con el control del mercado, que consiste en reducir la intervención del gobierno, perseguir la libre competencia y defender los intereses de los consumidores con especial atención a los actores del mercado que no son ellos. (Aramayo et al, 2013, p. 55)

4.2.3 Finalidad de la LRCD

La ley de Represión de la Competencia Desleal, describe su objetivo en el art. 1, cuando se implemente, “combate cualquier acto o conducta de competencia desleal que tenga consecuencias reales o potenciales, afecte o interfiera en el funcionamiento efectivo del sistema competitivo”. (D. Leg. Nro. 1044, Decreto Legislativo que aprueba la Ley de Represión de la Competencia Desleal, 2008)

Además, su finalidad también es “sancionar la conducta realizada por cualquier medio que afecte la capacidad de elegir de la persona que consume” (Aguila y Gallardo, 2018)

4.2.4 *Ámbito de Aplicación de la LRCD*

Al respecto el Decreto Legislativo 1044, sobre el artículo 2, advierte sobre el ámbito que, “Esta ley se aplica a las actividades que directa o indirectamente afecten la competencia en el mercado. Las actividades realizadas a través de la publicidad están sujetas a esta Ley”.

De acuerdo con todas las recomendaciones sobre la implementación de las normas de lucha contra la competencia desleal en el sector de las telecomunicaciones, “esto es lo que se denomina competencia, que consiste en que las actividades que se realizan únicamente para desarrollar actividades en el mercado, solo serán capaces de conseguirlo ser considerado injusto. (Resolución de Consejo Directivo N° 077-2016-CD/OSIPTEL, 2016)

Decimos que una actividad tiene un objetivo competitivo cuando cumple dos condiciones que deben cumplirse simultáneamente: (1) la actividad debe poder afectar el mercado (debe ser externo) y (2) dicha actividad debe tener la capacidad de afectar sobre el mercado de manera directa o indirecta y así optimizar en la puesto del mercado de la unidad económica que hace esto. (Sosa, 2020)

4.2.5 *Ámbito de aplicación Subjetivo*

Artículo 3 párr. 1. La legislación vigente se extiende tanto a las personas físicas como a las jurídicas, incluyendo las actividades comerciales y no comerciales, incluido el suministro o la solicitud de bienes, servicios o asociaciones, y se aplica tanto a las personas públicas como a las privadas. En general, incluye a todas las entidades que dependen o están interconectadas entre sí. En una economía de mercado, esta afirmación es válida para los ejecutivos de las sociedades o empresas matrices. (D.Leg. Nro. 1044, Decreto Legislativo que aprueba la Ley de Represión de la Competencia Desleal, 2008)

Artículo 3 párr. 2. Esta legislación es aplicable a todas las personas y empresas, independientemente de su naturaleza privada o pública, con o sin ánimo de lucro, que se dediquen a la venta o búsqueda de bienes, servicios o asociaciones. Todos ellos sinergizan eficazmente cualquier afiliación con los individuos que participan. En una economía de mercado, esta afirmación es válida para los ejecutivos de las sociedades o empresas matrices. (D.Leg. Nro. 1044, Decreto Legislativo que aprueba la Ley de Represión de la Competencia Desleal, 2008)

Como advertimos de estos incisos el ámbito de aplicación se da en actividades económicas dentro del mercado, la cual se aplica subjetivamente a entidades o figuras tradicionales, sin embargo si traemos a colación en la actualidad una nueva actividad sería la de las economías de plataforma, que desarrollaremos más adelante, sin embargo no es clara la figura respecto si podría considerársele en la aplicación precisamente porque no desarrolla ni se tiene un debate sobre qué posición ocuparía una economía de plataforma en el mercado, siendo o no posible que la ley la alcance.

Respecto al ámbito nacional, observamos que su ámbito de aplicación es mixto, puesto que se centra tanto en el ámbito de aplicación objetiva como subjetiva, buscando con ello evitar cualquier vacío que pudiera existir en dichos ámbitos de aplicación, a pesar de dicho esfuerzo en la actualidad han surgido actividades económicas como las economías colaborativas, las cuales por desarrollarse en un ámbito tecnológico no encuentran cabida en lo detallado por la Ley de Represión de la Competencia Desleal.

Según Bernet (2018):

El examen del Derecho Comparado revela la existencia de dos conceptos contradictorios del alcance del derecho de la competencia desleal, se tuvo en un lado

sobre Derecho Italiano que se centra en el ámbito de aplicación subjetiva, es decir que se regula la actividad de los empresarios siempre y cuando compitan entre ellos, entretanto el Derecho Español desarrolla a plenitud el ámbito de aplicación objetiva, puesto que su aplicación es para cualquier actor de mercado, no resultando trascendente que exista competencia entre ellos. Aunque cabe destacar que ninguno de estas teorías normativas es netamente puro, puesto que cada una utiliza en menor medida de la teoría del otro. (p. 461)

Como vimos en el extracto del artículo desarrollado por Bernet, se pone en la palestra la discusión sobre la aplicación y la consideración de figuras más amplias al momento de identificar a los actores dentro del mercado. Sin excluirlos por su personalidad física, en el cual seguramente entraría a tallar las economías de plataforma.

4.2.6 Ámbito de aplicación territorial

Artículo 4. Esta ley se aplica a toda acción injusta que tenga su origen o resultado en todo o parte del país, aunque la acción se inicie en el extranjero. (D.Leg. Nro. 1044, Decreto Legislativo que aprueba la Ley de Represión de la Competencia Desleal, 2008)

Según Rodríguez (2013):

Las disposiciones anteriores no son más que la incorporación de la doctrina de las consecuencias en nuestro derecho interno para prevenir la competencia desleal. Por tanto, lo que determina la aplicabilidad de la LRCD es la sensibilidad a la producción de resultados en el Perú, sin perjuicio de que la actividad que generó tales resultados reales o potenciales se encuentre en el extranjero. (p. 26)

De la misma manera el Tribunal de Defensa de la Competencia y de la Propiedad Intelectual (2013) brindo mayores luces respecto al ámbito de aplicación territorial, detallando:

El apartado 4 anterior recoge la denominada “Teoría de los Efectos” determinar el alcance de la aplicación de la ley antes de la aplicación de cualquier competencia desleal. Tal como está redactada, la ley se aplica a todas las prácticas desleales que afecten la competencia en las regiones del Perú, independientemente del lugar donde se produzcan, que suele ser la misma región y no se limita al desarrollo de las relaciones comerciales, solo al medio ambiente. (Resolucion Nro 0190-2013/SDC-INDECOPI)

Esta disposición es importante porque contiene implícitamente la teoría de los efectos, la cual apertura la percepción sobre los actores del mercado y su incidencia si no se encuentran dentro del territorio nacional. Dándose espacio a un debate sobre las economías de plataforma, si estas tuvieran o no efectos como actores de mercado o se tendría que analizar qué calidad tienen.

4.3 Principio de la Primacía de la realidad

Respecto a ellos se da los siguientes detalles:

Artículo 5. El órgano de gobierno debe determinar la verdadera naturaleza de la conducta de que se trate, teniendo en cuenta las condiciones y relaciones económicas que se hayan producido o se estén produciendo. La naturaleza de los actos jurídicos utilizados por las partes contratantes no desmerece la validez de dichos actos objeto de la investigación. (D.Leg. Nro. 1044, Decreto Legislativo que aprueba la Ley de Represión de la Competencia Desleal, 2008)

Entonces, la autoridad administrativa en cumplimiento de sus funciones tiene autoridad para investigar la esencia verdadera de los distintos actos económicos que realizan los participantes del mercado, no quedándose su labor solo en la revisión de las documentales (contratos, convenios, etc.) sino también la puesta en práctica de las mismas, “Para que la autoridad tome una decisión como esta, debe existir la realidad verdadera, es decir, la verdad, no una apariencia o una regla, lo que se llama contrario a la realidad.” (Delgado, 2020)

Así también, el Tribunal de Solución de Controversias (OSIPTTEL) estableció:

OSIPTTEL está conformada dentro de la evaluación del carácter y de las relaciones económicas de los demandados que efectivamente se hayan realizado, realizado o creado, así como de los resultados ya sean potenciales o reales, sin basarse en la manera jurídica de la eventual transacción o contrato. Como resultado del desempeño de tales características. (Resolución N° 007-2016-TSC/OSIPTTEL , 2016)

4.3.1 Cláusula general

Artículo 6.- Cláusula general.

6.1.- Queda prohibida y sancionada la práctica de la competencia desleal, cualquiera que sea su tipo y medio, incluidas las actividades publicitarias, cualquiera que sea el ámbito de la actividad económica. (D.Leg. Nro. 1044, Decreto Legislativo que aprueba la Ley de Represión de la Competencia Desleal, 2008)

En la resolución N° 136 - 98/TCD INDECOPI La Sala de Competencia del Tribunal de Defensa de la Competencia y de la Propiedad Intelectual ha determinado que la disposición

amplia de la Ley de Represión de la Competencia Desleal se aplica a circunstancias que no están ya cubiertas por artículos específicos de la Ley (Resolución N° 136 – 98/TDC INDECOPI, 1998)

Es decir que la cláusula general era contemplada como un concepto residual aplicable a todo acto desleal que no se hallara detallado en los artículos de la normativa, al respecto Bullard y Patrón (1999) refieren que la cláusula general no es más que una descripción genérica de lo que constituye la competencia desleal, es decir, es una restricción con un gran rango de amplitud que permite la inclusión de circunstancias particulares o no previstas en la normatividad peruana.

Empero, el concepto respecto a la cláusula general fue modificado excesivamente en el 2004, cuando el Tribunal de Defensa de la Competencia y de la Propiedad Intelectual (Sala de Defensa de Competencia) emitió la Resolución N° 0455-2004/TDC-INDECOPI (precedente Caballero Bustamante) donde establecieron:

El artículo 6 de la legislación para la sanción de la competencia desleal cumple la condición particular establecida en el artículo 230.4 de la ley de procedimiento administrativo general. Esta norma es única, ya que combina una prohibición y una dirección para sancionar los actos de competencia desleal. (Resolución 455- 2004 TDC, 2004)

Entonces ahora el concepto de cláusula general perdía esa característica de residual para abarcar en total todas las acciones de competencia desleal, convirtiendo los demás artículos detallados en legislación en una suerte de lista de actos de competencia desleal. Rodríguez (2017) detalla que las premisas establecidas por el legislador ahora se convierten en referencias de aplicación no vinculantes para la autoridad, dado que la cláusula general es la única norma que utiliza para acusar, perseguir y disciplinar.

Transcurridos los años se modificó la legislación respecto a competencia desleal, que se obtuvo en el año 2008 la Ley de Represión de Competencia Desleal, la cual no contenía pronunciamiento diferente al desarrollado en el anterior Caballero Bustamante el cual continúa vigente hasta la actualidad, empero se debe destacar que en el año 2012 el Tribunal de Defensa de la Competencia y de la Propiedad Intelectual (Sala especializada en Defensa de la Competencia) emitió la Resolución N° 3156-2012/SDC-INDECOPI, donde desarrollaron:

La cláusula general sólo debe ser aplicable en circunstancias en que la conducta condenada tenga atributos distintos y excepcionales que se aparten de los criterios especificados en la ley. Sin embargo, la acusación sólo puede ser considerada válida si la conducta enjuiciada se alinea con la conducta especificada en el Capítulo II de la Ley de Represión de la Competencia Desleal. Esto es conforme al principio constitucional y legal de tipicidad y a la obligación de la autoridad administrativa de iniciar un procedimiento judicial por sí misma. (Resolución 3156-2012/SDC-INDECOPI, 2012)

Esta resolución demuestra la voluntad de la Sala de Defensa de la Competencia de volver a la interpretación anterior de la cláusula general, donde tendría una aplicación residual. Sin embargo, esta intención se vio frustrada cuando el Tribunal de Defensa de la Competencia y de la Propiedad Intelectual (Sala especializada en Defensa de la Competencia) emitió la Resolución N° 0281-2013/SDC- INDECOPI. "La Resolución 3156 - 2012/SDC-INDECOPI brinda una explicación amplia y suficiente de la regulación en torno a la cláusula general, sin apartarse de los criterios establecidos en el precedente de observancia obligatoria aprobado por resolución 455-2004/TDC- INDECOPI." (Resolución 0281-2013/SDC- INDECOPI, 2013)

Cabe recalcar que en la actualidad el precedente Caballero Bustamante aún continúa vigente, esta disposición es sumamente importante en el sentido de que, la cláusula general no

contiene un *numerus clausus* y esta debería actualizarse adaptándose a los cambios de la sociedad. Si bien es cierto existe un listado de actos desleales más comunes de prácticas desleales, sin embargo, es necesaria más certeza jurídica en la cláusula general ya que esta es extensiva y abierta.

6.2 Las prácticas de competencia desleal son incompatibles con las normas de la buena fe comercial que dirijan y den guía a la competencia en una economía social de mercado. (D.Leg. Nro. 1044, Decreto Legislativo que aprueba la Ley de Represión de la Competencia Desleal, 2008)

Se trata sobre las medidas al margen de la eficiencia económica con el objetivo de captar clientes y mejorar su posición en el mercado. (Palmisano, 2020)

4.3.2 Artículo 7 Condición de ilicitud

Describe los siguientes artículos:

7.1. La prueba de la existencia de una práctica de competencia desleal que no necesita la prueba de conocimiento o intención de hacerlo. (D.Leg. Nro. 1044, Decreto Legislativo que aprueba la Ley de Represión de la Competencia Desleal, 2008)

7.2. Tampoco prueba que la conducta dañe efectivamente a otro competidor, al consumidor o al sistema económico en general, pero es suficiente para considerar la posibilidad de tal daño. (D.Leg. Nro. 1044, Decreto Legislativo que aprueba la Ley de Represión de la Competencia Desleal, 2008)

El ilícito de la competencia desleal tiene un requisito de responsabilidad objetiva, ya que la ley aplicable no necesita un elemento subjetivo de culpabilidad o voluntad por parte del

presunto infractor para la formación de la infracción, como no es necesario que se genere un real daño, puesto que solo basta con el daño potencial resultante de la acción. (Pazos et al. 2020)

4.3.3 Prácticas que afectan a la transparencia del mercado

A. Sobre el artículo 8º. Engaño

La Ley de Competencia Desleal decreta prohibir los actos engañosos se refiere a cosas que pueden inducir a error a otros de dos maneras:

- Características de los bienes, transacciones o servicios que tiende a ofrecer una unidad económica sobre el mercado.
- Características que son exclusivamente del operador del mercado, incluidos la totalidad de los aspectos relacionados con su actividad empresarial.

Para que un acto de fraude sea considerado desleal, deberán ocurrir algunos requisitos:

1. Una transmisión o difusión sobre información falsa, inexacta o inadecuada.
2. Esta información sea susceptible y que induzca a errores que traten los aspectos concretos y comprobables sobre las condiciones y prestaciones de los servicios o productos ofrecidos o sobre la conducta del propio infractor. (Resolución de Consejo Directivo N° 077-2016-CD/OSIPTTEL, 2016)

Aramayo et. Al (2013) menciona que las actividades deshonestas incluyen el uso o la difusión de información falsificada o inexacta, la omisión deliberada de información auténtica o cualquier otra táctica engañosa empleada para hacer creer a los clientes que el servicio o

producto procede de una fuente diferente. La publicidad, los medios de comunicación no comerciales e incluso el boca a boca pueden utilizarse para engañar a la gente.

B. El artículo 9° Confusión

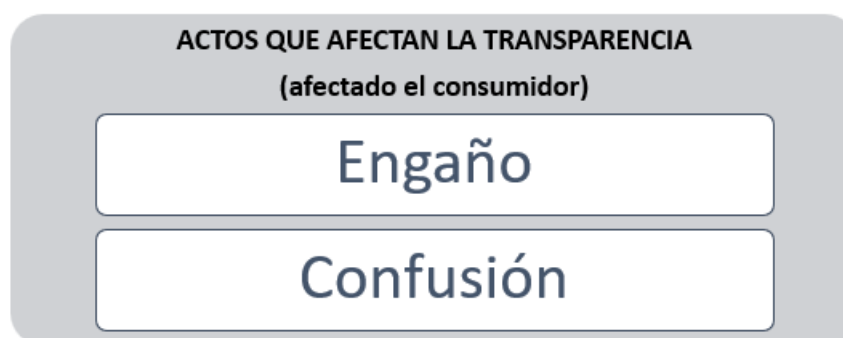
En la Resolución N° 030-2005/CCD-INDECOPI - 2005, En cuanto a los métodos de intervención regulatoria en las empresas, cabe señalar que puede haber tres tipos de intervención.:

- a. **Directa**, se da cuando las personas consumidoras piensan que los servicios, bienes u organizaciones que compiten en el mercado son similares a otros bienes que compiten, cuando se les engaña de que no lo son. Por ejemplo, la similitud sustancial pone en duda el mercado, la presentación o la apariencia general de los bienes, servicios o mercancías.
- b. **Indirecta**, se da cuando las personas consumidoras identifican de manera clara los diferentes bienes, servicios o instalaciones, sin embargo se puede cometer el error de imaginar o pensar que pertenecen a un competidor en el mercado, cuando en realidad pertenecen a dos competidores diferentes. Por ejemplo, creando similitudes con la etiqueta, presentación o apariencia general de bienes, servicios o mercancías.
- c. **De riesgo asociativo**. ocurren cuando las personas consumidoras logran distinguir los bienes, servicios o instalaciones sobre el competidor en el mercado de los de otros competidores, pero debido a las similitudes entre ciertos elementos, las características de ambas ofertas pueden percibirse como relacionadas entre sí, económica u organizativa, cuando realmente no se menciona ninguna relación. Por ejemplo, en los bienes, servicios u objetos de que se trate por la menor similitud en el mercado, presentación o apariencia general.

En todos los casos, la existencia de un riesgo de confusión debe considerarse competencia desleal.

Figura 2

Actos que afectan la transparencia



4.4 Prácticas indebidas vinculadas con la reputación de otro agente económico

Artículo 10.- Actos de explotación indebida de la reputación ajena

El artículo 10 de la Ley de Competencia Desleal incluye el propósito es proteger la reputación de la industria, negocio o profesión adquirida por las empresas y prevenir el fraude utilizando la ventaja de la buena reputación para el delincuente. Esta labor puede lograrse mediante el uso adecuado de las características de una entidad económica, tales como imagen, crédito, nombre, reputación o razón social o profesional. (Resolución de Consejo Directivo N° 077-2016-CD/OSIPTTEL, 2016)

El uso del nombre de otros es una acción de un competidor que ha adquirido una buena reputación como persona física o jurídica (y por lo tanto tiene la validez del acto) o un representante del mercado que ha realizado una transacción que puede ser transferida por un préstamo. Actos que creen o establezcan una relación falsa con la presunta víctima o ciertos actos que injustamente llamen la atención de los clientes mediante el uso de terceros de confianza. (Hundskopf et al, 2010, pp. 186 -187)

a. Denigración, comparación y equiparación indebido

a.1. El artículo 11° Actos de Denigración

La difamación es una conducta que afecta a un competidor porque tiene como objetivo dañar la reputación de otros mediante la difusión de información que menosprecia las características específicas de los bienes o actividades de terceros en el mercado. Además, afecta al consumidor o consumidora, no por eficiencia económica, sino porque distorsiona su comprensión de la oferta del mercado. (Massaguer, 1999 citado por Indecopi, 2013, p. 40)

Es la afirmación falsa o real que se da en un contexto de competencia en el mercado que está dirigida a desacreditar, menoscabar a un competidor. Respecto a su oferta de servicios o productos.

Dado que la denigración puede determinarse como verdadero por declaraciones falsas, en este último caso, la regla debe ser pertinente y apropiada en las circunstancias en que se reveló la información. (Aguila Grados & Gallardo Michelot, 2018)

En este sentido, al examinar las condiciones para el cumplimiento de lo siguiente, la acción se considera válida aun cuando afecte a otra marca competidora en el mercado:

1. Información fáctica: información que es objetiva, verificable y consistente con los hechos.
2. Información veraz: clara y actualizada y presentada de forma que no haya ambigüedad o error sobre la verdadera naturaleza de dicho negocio o de su propuesta.
3. Información importante en forma de: información que utiliza, entre otras cosas, sarcasmo, sarcasmo, sarcasmo o ironía inapropiada sobre la situación.
4. Antecedentes relevantes: los que el dueño o representante de otra empresa evita con referencia a la etnia, religión, privacidad o cualquier otra circunstancia personal fuerte, incluyendo otros supuestos que no proporcionan información al cliente para la evaluación de dicha empresa económica o referida a los parámetros de eficiencia o calidad de esta propuesta. (Resolución de Consejo Directivo N° 077-2016-CD/OSIPTEL, 2016)

a.2. El artículo 12° Comparación y equiparación indebida

- **Los actos de comparación** se benefician de presentar sus propias opiniones en relación con las opiniones de terceros.
- **Los actos de equiparación** incluyen proporcionar consistencia de la opinión de uno en relación con la opinión de un tercero.

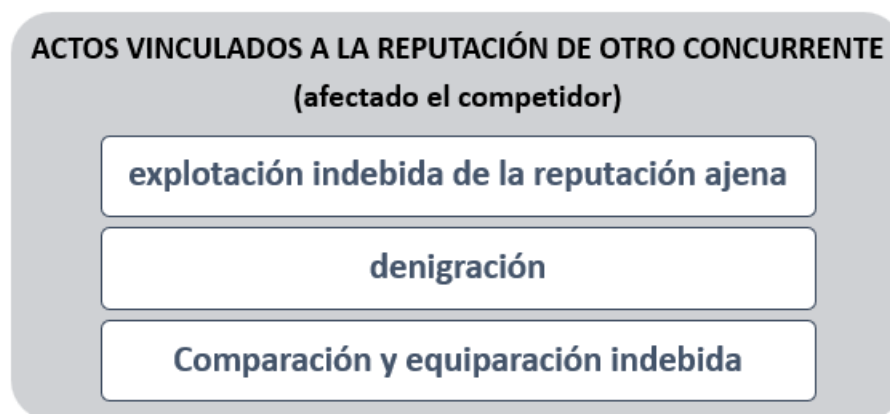
En general, las acciones comparativas se dan en la publicidad comparativa y tienen dos características:

- b) Una vaga referencia a la oferta de otra empresa económica en el mercado, ya sea directa o indirectamente
- c) El propósito de la garantía es proporcionar una ventaja a su suministro sobre las deficiencias del suministro de la competencia. (Aguila Grados & Gallardo Michelot, 2018)

Para determinar dichos actos desleales, es necesario advertir una alusión inequívoca directa o indirecta.

Figura 3

Actos vinculados a la reputación de otro concurrente



4.4.1 Prácticas que alteran indebidamente la posición competitiva propia o ajena

- a. El artículo 13° Violación de secretos empresariales

Es una función de acciones que tienen como efectos potenciales o reales los siguientes:

- a) a divulgación o el uso por terceros de secretos comerciales sin el consentimiento de su titular, ya sea ilegal o legalmente establecido, pero con base en el deber de confidencialidad;
- b) El acceso a secretos comerciales mediante espionaje, incitación al incumplimiento de obligaciones de confidencialidad o procedimientos similares. (D.Leg. Nro. 1044, Decreto Legislativo que aprueba la Ley de Represión de la Competencia Desleal, 2008)

Un secreto comercial (también conocido como secreto industrial) es cualquier información o conocimiento protegido o secreto (no revelado) que tiene valor comercial para una organización (persona u organización). Valor comercial significa que dicha información puede ser utilizada y explotada en el ámbito de actividades productivas, industriales o comerciales o para obtener una ventaja competitiva. (Chuquitapa, 2020). Asimismo, es importante señalar que la protección de los secretos comerciales también incluye los secretos industriales y comerciales.

Artículo 260.- Toda información confidencial que esté legalmente en posesión de una persona natural o jurídica y pueda ser utilizada en cualquier actividad productiva, industrial o comercial y transferida a un tercero, en cuanto pueda ser considerada como secreto comercial.:

- a) oculto, es decir, no conocido o fácilmente accesible en su totalidad, o en su orden y composición exactos, para aquellos círculos que normalmente poseen la información relevante

b) Es confidencial y por lo tanto tiene valor comercial.

c) se han tomado medidas razonables para proteger la confidencialidad del titular del derecho.

La información de secreto comercial puede estar relacionada con la naturaleza, las características o el propósito del producto. al método o proceso de producción; o, comercializar productos o prestar servicios para modalidades o categorías de distribución. (Decisión 486, 2000)

b. El artículo 14° Actos de Violación de normas

Los actos infractores se refieren a acciones que tienen como resultado la explotación de una ventaja competitiva sustancial que se ha establecido en el mercado a través de la violación de la legislación requerida. (D.Leg. Nro. 1044, Decreto Legislativo que aprueba la Ley de Represión de la Competencia Desleal, 2008)

Según (Aguila Grados & Gallardo Michelot, 2018) De acuerdo con las normas legales, para determinar esta característica, se debe confirmar:

a) Que el hecho de la reclamación no sea una competencia prohibida.

La Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal, La Comisión para el Control de la Competencia Desleal examina si, en el marco de la competencia en el mercado, un competidor ha obtenido una ventaja significativa al infringir las normas que rigen la conducta en cuestión.

b) Infracción efectiva de las normas generales y vinculantes

La regla violada es obligatoria, es decir. Debe ser obligatorio y público.

No basta la reiteración de la infracción en las normas o en los dictámenes

complementarios, y no necesariamente se debe a un contrato o una obligación privada.

Asimismo, la mera intención de cometer fraude no es suficiente, sino que la violación debe ocurrir efectivamente.

El infractor ha logrado una ventaja competitiva significativa sobre sus competidores.

Reducir el costo de producción o distribución de bienes o servicios relacionados.

La importancia de los beneficios depende de si el ahorro de costes o las concesiones de acceso proporcionan una ventaja competitiva frente a otros operadores en términos de acceso, sostenibilidad y éxito.

c. El artículo 15° Sabotaje empresarial

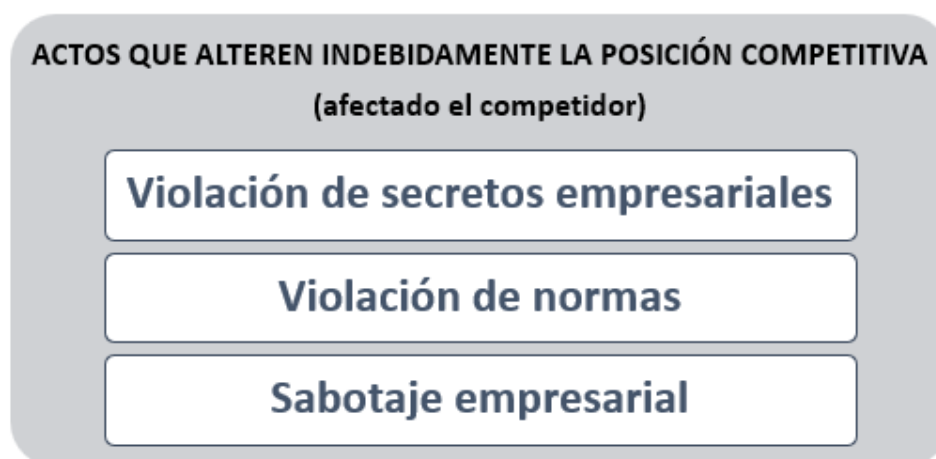
La Ley de Competencia Desleal prohíbe la degradación injustificada de los procesos productivos, comerciales o empresariales de otro agente mediante la interferencia en sus relaciones contractuales con clientes, proveedores, etc., provocando el incumplimiento de alguna obligación esencial o mediante otras formas de interferencia en sus procesos o actividades.

El sabotaje se refiere a las acciones deliberadas emprendidas por un individuo o grupo para obstaculizar el progreso económico de otro individuo o grupo. Esto incluye persuadir a terceros para que eviten entablar relaciones comerciales con el rival, a menos que se deba a condiciones comerciales más favorables. (Aramayo et al., 2013)

Para la configuración del Acto de Sabotaje se requieren tres sujetos: (i) embargo, que alienta a un tercero a interferir en la conducta o el desarrollo de las actividades comerciales de un competidor; (ii) el destinatario de la prohibición es una persona que incurre en un comportamiento violento; y (iii) la restricción o competidor afectado por la acción de restricción. (Emparanza, 2000)

Figura 4

Actos que alteren indebidamente la posición competitiva



4.4.2 Actos de Competencia Desleal Mediante la Actividad Publicitaria

Artículo 16.- Actos contra el principio de autenticidad. -

Estas acciones incluyen acciones que tienen el efecto real o potencial de impedir la identificación del destinatario de la publicidad, como la transmisión de publicidad sin identificación, como noticias, opiniones periodísticas o contenido de entretenimiento, y la publicación pública y la acción que requiere la descripción de características. Un anuncio o

contrato es un anuncio. (D.Leg. Nro. 1044, Decreto Legislativo que aprueba la Ley de Represión de la Competencia Desleal, 2008)

Los lineamientos son una de las cosas que regulan la publicidad y su análisis debe evolucionar con los cambios actuales, por ejemplo, la publicidad ahora no solo es en radio y televisión, ahora también en forma de publicidad impresa como motores de búsqueda, sitios web y Sitios de redes sociales. Desde este punto de vista, al analizar el tema de la publicidad engañosa, es necesario analizar el cumplimiento de los principios de integridad junto con los principios y normas de otras áreas.

Artículo 17.- Actos contra el principio de legalidad. -

Está incluida la publicación de anuncios que violen las leyes que rigen las prácticas publicitarias. y las normas del ramo en cuanto a su contenido, publicación o alcance. (D.Leg. Nro. 1044, Decreto Legislativo que aprueba la Ley de Represión de la Competencia Desleal, 2008)

Algunos ejemplos de normas sectoriales que regulen la actividad publicidad son:

- Le Ley de los Productos Farmacéuticos, Dispositivos Médicos y Productos Sanitarios.
- El Código de Protección y Defensa del Consumidor
- La Ley de Promoción de la Alimentación Saludable para niños, niñas y adolescentes
- El Reglamento Técnico sobre el Etiquetado de Eficiencia Energética

- La Ley que regula la comercialización, consumo y publicidad de Bebidas Alcohólicas

Artículo 18.- Actos contra el principio de adecuación social

Esto ocurre con los anuncios que incitan al receptor del mensaje comercial a cometer actos ilegales ofensivos o discriminatorios por motivos de raza, género, idioma, religión, ideología, situación económica o de otro tipo. También anunciar servicios de contenido pornográfico a audiencias no adultas de una (1:00) a cinco (5:00) horas. (D.Leg. Nro. 1044, Decreto Legislativo que aprueba la Ley de Represión de la Competencia Desleal, 2008)

El Indecopi, a través de la Secretaría Técnica de la Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal (CCD), es el encargado de las investigaciones respecto a la vulneración de estos principios. Asimismo, en el cumplimiento su rol de Autoridad Nacional de Protección del Consumidor, participa activamente en la Comisión Nacional contra la Discriminación (Conacod), que preside el Ministerio de Justicia y Derechos Humanos, con la finalidad de fortalecer la lucha contra la discriminación en el consumo a nivel nacional.

El Indecopi, a través de la Secretaría Técnica de la Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal (CCD), es el encargado de atender las violaciones a este principio. Asimismo, Autoridad Nacional de Protección del Consumidor, participa activamente en la Comisión Nacional contra la Discriminación (Conacod), que preside el Ministerio de Justicia y Derechos Humanos, cumple su rol como organismo nacional de protección al consumidor, y siempre participa activamente en el fortalecimiento de la lucha contra la discriminación al consumidor. (Ampudi, 2020)

Figura 5

Actos de competencia desleal mediante la actividad publicitaria

ACTOS DE COMPETENCIA DESLEAL MEDIANTE LA ACTIVIDAD PUBLICITARIA

(afectado el competidor y consumidor)

Principio de autenticidad

Principio de legalidad

Principio de adecuación social

4.5 De las Autoridades de Fiscalización de la Competencia Desleal

4.5.1 La Comisión:

El Artículo 24 del Decreto Legislativo N° 1044 establece:

En primer lugar, es competencia de la Comisión, es decir, Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal y a las Comisiones de las Oficinas Regionales del INDECOPI, las tareas de las actividades primarias se basan en la jurisdicción regional descentralizada. Especificado (Decreto Legislativo N° 1044, 2008)

En ese entender, la Comisión de Fiscalización de la Fiscalización de la Competencia La deslealtad es el principal tipo de jurisdicción donde se lleva a cabo una acción de competencia desleal, al respecto:

La Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal, vela por el cumplimiento del Decreto Legislativo N° 1044, Decreto Legislativo que aprueba la Ley de Represión de la Competencia Desleal y de las leyes que, en general, prohíben y sancionan las prácticas contra la buena fe comercial, incluyendo las normas de la publicidad, así como

de aquellas que complementen o sustituyan a las anteriores y las normas que específicamente le otorguen competencia. (Aprueban las Secciones Primera y Segunda del Rof de Indecopi)

Según el artículo 25 del Decreto Legislativo N° 1044, las principales funciones son las siguientes:

- Instruir a la Secretaría Técnica para que inicie un proceso sancionador para investigar y sancionar los casos de competencia desleal;
- Reconocer oficialmente la existencia de un supuesto de competencia desleal y aplicar la sanción que corresponda;
- Prescribir medidas preventivas;
- Aplicar medidas correctoras contra los casos de competencia desleal;
- Proporcionar orientación a los agentes del mercado para garantizar la correcta interpretación de las normas recogidas en esta Ley;

4.5.2 La Secretaría Técnica

Según el inciso 1 del Artículo 26 del Decreto Legislativo N° 1044, la Secretaría Técnica es:

La comisión es un organismo técnico independiente que actúa como consultor en el campo de la investigación de la competencia desleal y las sanciones. Dispone la opinión sobre la existencia o no de un acto infractor objeto de procedimiento siempre que la Comisión lo requiera por considerarlo necesario para resolver sobre el fondo del asunto. (Decreto Legislativo N° 1044, 2008)

En ese sentido, las Secretarías Técnicas deben entenderse como un órgano que le sirve a la Comisión y el Tribunal (primera y segunda instancia respectivamente) para enlazarse con la estructura orgánica administrativa de INDECOPI.

Al respecto Gómez (2009) detalló

Uno de los cambios implementados a través de la reforma de la legislación del Indecopi fue el reforzamiento de la división entre la autoridad encargada de impartir instrucciones, a cargo de las secretarías técnicas, y la autoridad encargada de imponer sanciones, a cargo de las comisiones. En consecuencia, las secretarías técnicas se consideran ahora los principales órganos de decisión, en particular en los casos relacionados con la competencia desleal y la libre competencia, en los que esta división es más evidente. Las comisiones, por su parte, constituyen el primer nivel administrativo en la tramitación de estos asuntos. (pp. 472-483)

Ahora conforme el inciso 2 del Artículo 26 del Decreto Legislativo N° 1044, la Secretaría Técnica tiene como funciones:

- Llevar a cabo una investigación preliminar.
- Iniciar investigaciones formales y sanciones por prácticas de competencia desleal.
- Si se recibe denuncia de parte, ésta decidirá, en su caso, adoptar diligencias de investigación y confirmar procedimientos de competencia desleal, los cuales podrán declarar admisible o inadmisibile la denuncia;
- La acción disciplinaria, la realización de investigaciones y la práctica de pruebas, en uso de las facultades y competencias que para tal efecto otorga la ley a las comisiones del INDECOPI;

- Realizar estudios y publicar informes;
- Elaborar propuestas de lineamientos;

4.5.3 El Tribunal

Conforme el inciso 1 del Artículo 27 del Decreto Legislativo N° 1044, el Tribunal “Este organismo se encarga de evaluar, en segunda y última instancia, los actos impugnables emitidos por la Comisión o la Secretaría Técnica” (Decreto Legislativo N° 1044, 2008)

El Órgano Resolutivo del INDECOPI es el Tribunal de Defensa de la Competencia y de la Propiedad Intelectual, este consejo está integrado por consejos especiales para los asuntos relacionados con la competencia del INDECOPI y es el encargado de tramitar las quejas contra el último expediente administrativo respecto de actuaciones que conlleven a la suspensión, cancelación o continuación del expediente. La decisión admite la imposibilidad, en el marco de las normas legales vigentes. (Aprueban las Secciones Primera y Segunda del Rof de Indecopi)

A su vez, conforme el inciso 2 del Artículo 27 del Decreto Legislativo N° 1044, El Tribunal, “a través de su Secretaría Técnica, tiene autoridad para recabar pruebas de forma independiente con el fin de explicar las circunstancias que supuestamente constituyen una violación” (Decreto Legislativo N° 1044, 2008)

Figura 6

Instancias de Indecopi



4.6 Del Procedimiento Administrativo

El Decreto Legislativo N° 1044 ha establecido el respectivo procedimiento administrativo sancionador contra actos de competencia desleal, ello en concordancia con Texto Único Ordenado de la Ley N° 27444 Ley del Procedimiento Administrativo General que establece el concepto de acto administrativo en su Artículo 1 como:

Son actos administrativos, las declaraciones de las entidades que, en el marco de normas de derecho público, están destinadas a producir efectos jurídicos sobre los intereses, obligaciones o derechos de los administrados dentro de una situación concreta. (Texto Único Ordenado de la Ley N° 27444 Ley del Procedimiento Administrativo General, 2019)

Puesto que el procedimiento administrativo sancionador contra actos de competencia desleal abarca desde su origen hasta su culmen diversos actos administrativos, al respecto Moron Urbina (2019) precisa “Un acto administrativo es el resultado legal de un proceso

intelectual de exteriorización que es emitido por cualquiera de los órganos de una entidad, con el propósito de implementar la autoridad otorgada por la ley en una circunstancia dada”

Ahora centrándonos en el procedimiento administrativo sancionador el mismo se encuentra regulado a través de la normativa de la Ley N° 27444 y está a cargo de los funcionarios de la entidad pública INDECOPI, como se desarrolla a continuación:

4.6.1. Inicio del Procedimiento:

Al respecto el Artículo 28 de la Ley de Represión contra la Competencia Desleal establece:

28.1 El procedimiento sancionador de investigación y sanción de actos de competencia desleal se inicia siempre de oficio por iniciativa de la Secretaría Técnica.

28.2. En el procedimiento sancionador promovido por una denuncia de parte, el denunciante es un colaborador en el procedimiento, conservando la Secretaría Técnica la titularidad de la acción de oficio. Quien presente una denuncia de parte no requerirá acreditar la condición de competidor o consumidor vinculado al denunciado, bastando únicamente que se repute afectado efectiva o potencialmente por el acto de competencia desleal que denuncia.

28.3 El procedimiento sancionador podrá ser iniciado cuando el acto denunciado se está ejecutando, cuando exista amenaza de que se produzca e, inclusive, cuando ya hubiera cesado sus efectos (Decreto Legislativo N° 1044, 2008)

Es decir que el titular para iniciar el procedimiento administrativo sancionador es la Secretaría Técnica, pudiendo actuar de oficio o por una denuncia de parte, empero al realizarse

una denuncia de parte la misma no significa que la titularidad por parte de la Secretaría Técnica se pierda, es decir que el denunciante su adquiere la calidad de colaborador.

Al respecto Leon (2018) precisa:

Así, el DL 1044 ha determinado que el procedimiento en cuestión se inicia siempre de oficio, con la finalidad de uniformarlo con los caracteres generales de los procedimientos sancionadores, según lo establecido por la Ley 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General. Dicha norma establece que este tipo de procedimientos mediante los cuales se ejerce la pretensión punitiva del Estado será siempre iniciado de oficio, con lo cual, por ejemplo, en aquellos casos en los que un administrado motive el inicio del procedimiento, éste se constituirá únicamente como un colaborador de la Administración Pública.

El artículo 30 establece que la Secretaría Técnica tiene la facultad discrecional de llevar a cabo medidas preliminares para recopilar información y/o descubrir indicadores de competencia desleal.

Presentada la denuncia de parte y con anterioridad a la resolución de inicio del procedimiento de identificación y sanción de actos de competencia desleal, la Secretaría Técnica podrá realizar actuaciones previas con el fin de reunir información y/o identificar indicios razonables de la existencia de actos de competencia desleal. Estas actuaciones previas se desarrollarán en un plazo no mayor de treinta (30) días hábiles, contados desde la presentación de la denuncia. (Decreto Legislativo N° 1044, 2008)

En base a lo anterior, el procedimiento administrativo sancionador iniciara con la emisión de la Resolución de inicio de procedimiento, siendo responsable de la emisión la Secretaría Técnica.

31.1 La Secretaría Técnica evaluará la validez de la denuncia de una parte una vez haya comprobado que se cumplen todos los requisitos formales exigidos en el Texto Único de Procedimientos Administrativos - TUPA del INDECOPI -, la competencia de la Comisión y la existencia de indicios razonables de infracción a la presente Ley. (Decreto Legislativo N° 1044, 2008)

En caso de una denuncia de parte, en caso de ser declarado inadmisibile o improcedente, la resolución podra ser materia de impugnación, de conformidad con el Artículo 218 Texto Único Ordenado de la Ley N° 27444 Ley del Procedimiento Administrativo General es de 15 días. Por el contrario, si la denuncia de parte ha cumplido con los requisitos establecido en la Ley y el TUPA de INDECOPI (Tramite con Código CCD.1) se emitirá como se ha precisado con anterioridad la Resolución de inicio del Procedimiento, misma que de conformidad con el Artículo 31.2 debe contener:

31.2 a) La identificación de la persona o personas a las que se imputa la presunta infracción.

b) Una sucinta exposición de los hechos que motivan la instauración del procedimiento, la calificación jurídica de la posible infracción y, en su caso, las sanciones que pudieran corresponder.

c) La identificación del órgano competente para la resolución del caso, indicando la norma que le atribuya dicha competencia;

d) La indicación del derecho a formular descargos y el plazo para su ejercicio.

(Decreto Legislativo N° 1044, 2008)

Y se pondrá de conocimiento a la Comisión en un plazo no mayor de cinco días, en dicho plazo también se notificará al agente económico denunciado y de ser el caso al que realizó la denuncia de parte, pudiendo la parte imputada en el plazo máximo de diez días realizar su descargo, mismo plazo que puede ser extendido por 5 días más por la Secretaría Técnica.

4.6.2. Objetivo del Procedimiento

Con el inicio del procedimiento administrativo sancionador, se va tener como objetivo conforme detalla Bercovitz (1992):

En materia de competencia desleal, como en tantas otras, son fundamentales los aspectos procedimentales para que la regulación sustantiva sea realmente eficaz. Y hay varias cuestiones relacionadas con el ejercicio de las acciones y el procedimiento que, por su trascendencia en esta materia, tienen que ser mencionadas. En primer término, las acciones ejercitables tienen que ir dirigidas básicamente a conseguir tres finalidades diversas: a) impedir que comience o hacer que cese la actuación que constituye competencia desleal; b) remover los efectos de la competencia desleal ya realizada; y e) resarcir los daños y perjuicios causados.

Es decir que el procedimiento administrativo sancionador se ha iniciado teniéndose como objetivo el impedir el inicio o hacer cesar cualquier acto de competencia desleal; en caso la competencia desleal se hubiera realizado eliminar sus efectos y finalmente resarcir los daños y perjuicios causados.

4.6.3. Medidas Cautelares

Conforme el Artículo 33 del Decreto Legislativo N° 1044, se tiene:

Durante cualquier fase del proceso, la Comisión está facultada para dictar una medida cautelar, ya sea por iniciativa propia o a petición de la parte que presente una denuncia o de terceros con un interés legítimo que también estén implicados en el proceso. Esta medida tiene por objeto garantizar la aplicación de la decisión final, incluida la ejecución de las medidas correctoras y el cobro de las posibles sanciones.

Es decir que en el procedimiento administrativo sancionador contra un acto de competencia desleal, resultan posibles las medidas cautelares, mismas que se fundaran en relación a la intesidad, proporcionalidad y necesidades del daño que se pretende evitar, aca se encuentra una clara diferencia con la anterior normativa puesto que, ahora el Presidente de la Comisión tiene la facultad de dictar una medida cautelar en casos de suma urgencia y con el fin de evitar un daño irreparable.

4.6.4. De la Instrucción

Seguidamente, en el procedimiento administrativo sancionador continua la etapa de Instrucción, misma que está comprendida por el periodo de prueba que se encuentran regulada en el artículo 35 de la Ley de Represión contra la Competencia Desleal y se precisa:

35. El período de prueba no puede exceder de cien días (100) hábiles contados a partir del vencimiento del plazo para la contestación. Los gastos de actuación de las pruebas son de cargo de las partes que las ofrecen y no tienen naturaleza tributaria (Decreto Legislativo N° 1044, 2008)

Pudiendo ofrecerse pruebas como documentos, inspecciones, pericias, entre otras que pueda disponer la Comisión mas no la Secretaría Técnica, al respecto León Luna (2018) detalla:

En nuestra opinión, el DL 1044 debió conservar la atribución de la referida facultad a la Secretaría Técnica, considerando que éste es el órgano encargado de desplegar las labores de investigación, de forma que el hecho de esperar que sea la Comisión la que disponga la actuación de medios probatorios adicionales podría generar dilaciones innecesarias durante la tramitación del procedimiento.

Ahora dentro de las actuaciones de la Secretaría Técnica al ser un ente que cuenta con la titularidad de la investigación puede realizar las actuaciones probatorias que considere necesarias, de conformidad con el Artículo 38 del Decreto Legislativo N° 1044, que precisa:

La Secretaría Técnica está facultada, en razón de su competencia, a realizar de oficio cuantas actuaciones probatorias resulten necesarias para el examen de los hechos, recabando los documentos, información u objetos que sean relevantes para determinar, en su caso, la existencia o no de la infracción administrativa que se imputa.

Finalmente, para culminar esta etapa probatoria la Secretaría Técnica pondrá en conocimiento a la Comisión de todo lo actuado para que emita el pronunciamiento de fondo.

4.6.5. De la Resolución Final

De conformidad con el Artículo 45 de la Ley de Represión contra la Competencia Desleal, la Comisión tiene un plazo de 15 días para emitir la decisión final y atribuir responsabilidad de actos de competencia desleal a los denunciados de ser el caso.

45.2 La resolución de la Comisión será motivada y decidirá todas las cuestiones que se deriven del expediente. En la resolución no se podrá atribuir responsabilidad a los involucrados por hechos que no hayan sido adecuadamente imputados en la instrucción del procedimiento.

La Resolución Final emitida por la Comisión de conformidad con el Texto Único Ordenado de la Ley N° 27444 Ley del Procedimiento Administrativo General puede ser materia del recurso de apelación, específicamente el Artículo 220 que decreta:

El recurso de apelación se interpondrá cuando la impugnación se sustente en diferente interpretación de las pruebas producidas o cuando se trate de cuestiones de puro derecho, debiendo dirigirse a la misma autoridad que expidió el acto que se impugna para que eleve lo actuado al superior jerárquico.

4.6.6. De la Segunda Instancia

En base al principio de doble instancia el procedimiento administrativo sancionador no es ajena a una segunda instancia la cual se encuentra regulada en la normativa detallada en anteriores oportunidades, respecto al trámite en caso haya sido declarado procedente es el siguiente:

48.1.- El Tribunal notificará a los interesados, en un plazo de quince (15) días hábiles contados a partir de la recepción del expediente, el arribo de éste y el inicio del trámite del recurso de apelación.

48.2.- Los apelantes podrán presentar las alegatos, documentos y justificaciones que estimen pertinentes, en un plazo de quince (15) días hábiles contados a partir de la notificación señalada en el numeral anterior.

48.3.- A pedido de parte, o de oficio, el Tribunal citará a audiencia de informe oral a las partes para que expongan sus alegatos finales, con no menos de cinco (5) días de anticipación.

48.4.- Las partes podrán presentar alegatos finales sólo hasta los cinco (5) días hábiles siguientes de realizado el informe oral. Cualquier documento presentado con posterioridad no será tomado en consideración por el Tribunal. (Decreto Legislativo N° 1044, 2008)

Tras ello el Tribunal emitirá su pronunciamiento el cual no puede imponer sanciones más graves a las previstas en primera instancia, destacándose que las decisiones emitidas por el Tribunal agotan la vía administrativa.

4.7 Derecho comparado en la competencia desleal

4.7.1 Dentro de la Región

4.7.2 Colombia

Regulación de Competencia Desleal:

La competencia desleal está actualmente regulada por la Ley 256 de 1996, inspirada en la Ley española de 1991. Previamente, la Ley de Competencia Desleal 31 de 1925, la Ley 59 de 1936, la Ley 155 de 1959 y posteriormente el artículo 75-77 de la Ley de Comercio de 1971 fueron incluidos en el Título V de dicho cuerpo normativo en la materia en estudio, la ley 256 , sobre los casos recientes han sido cancelados de acuerdo con esta ley. (Jara, 2003)

Análisis de Competencia Desleal respecto a Airbnb

En la ley de Competencia Desleal Colombiana Establece claramente los actos ilícitos como su lista específica: tergiversación del cliente, mala conducta, confusión, engaño, comparación, suplantación de identidad, uso del nombre de otro, violación de la confidencialidad, incumplimiento de contrato, incumplimiento de la ley y causa injusta de los acuerdos.

Respecto Airbnb los supuestos donde se podría encajar son: actos de violación de normas, y los consagrados en la cláusula general de prohibición de la normativa. (Arciniegas, 2020)

En relación con el incumplimiento de la normativa, el artículo 18 de la Ley de Competencia establece que “se considera desleal cualquier ventaja competitiva obtenida mediante la violación de una norma legal y su posterior explotación en el mercado. El beneficio debe ser sustancial.” (Ley 256 Por la cual se dictan normas sobre competencia desleal, 1996)

Según el artículo 333 de la Constitución colombiana, el Estado debe garantizar la libertad económica e impedir que se obstaculice o limite. Además, “el Estado también debe impedir o regular cualquier abuso de poder por parte de personas o empresas que ostenten una posición dominante en el mercado nacional”. (Constitución Política de Colombia, 1997)

Según Manuel de la Cruz, existen tres requisitos que permiten entender cuándo se ha realizado una infracción a cualquier norma jurídica: a) La infracción y la norma

jurídica; b) la efectiva realización de una ventaja competitiva; y c) la significatividad de la ventaja. (Cruz Camargo, 2014, p. 219)

Advirtiendo esos razonamientos el acto de violación de normas [podría encajar en el supuesto de Airbnb, cuando está permite una ayuda significativa para la parte infractora, frente a sus demás competidoras, pero por una prohibición que aquella realiza de la ley. (Arciniegas, 2020)

Según Juan David Arciniegas, En el supuesto de Airbnb, considera que se existe una violación de leyes, decretos y resoluciones en materia de turismo, al menos que una autoridad no afirme lo contrario. Y en ese orden de ideas, son aplicables la ley 300 de 1996, los decretos 355, 229 y 2158 todos de 2017. Las Circulares 002, 003 y 004 de 2016, el Decreto 297 y Resolución 135, del mismo año. Los decretos 1903, 945, 1097, 1293 de 2014, los decretos 2646, 2183, 1873, 1591, 926, 437 de 2013, entre otra extensa normativa. (Arciniegas, 2020)

Respecto a la cláusula general de prohibición de la normativa, Según Manuel de la Cruz, esta cláusula tiene una función primordial, pues:

“(…) su principal objetivo es proporcionar un marco que clasifique los comportamientos anómalos que no pueden clasificarse en determinados comportamientos de mercado con intención competitiva, ya que se consideran desleales” (Cruz Camargo, 2014, p. 251)

El artículo 7 de la Ley de Competencia “prohíbe explícitamente los actos de competencia desleal. Los agentes del mercado deben atenerse al concepto de buena fe

comercial en todos sus actos” (Ley 256 Por la cual se dictan normas sobre competencia desleal., 1996)

Al analizar estas normas y otros dispositivos legales sobre competencia desleal no es clara la posición sobre la interpretación de las mismas, como también de la forma como se aplica en supuestos actos de competencia desleal.

Por ende, existen dos aspectos problemáticos, que deben ser desarrollados con más profundidad: i) la injerencia o no de Airbnb en el nicho de comercio de la industria hotelera; y ii) la consecuente obligación de la compañía de ajustarse a los requisitos necesarios para ejercer dicha actividad en el país. (Arciniegas, 2020)

Regulación para la actividad de Airbnb

Mediante mecanismos legales y por la presencia de nuevos modelos de negocios en la era digital, se ha dado una serie de alternativas para regular de forma genérica el sector de servicios turísticos. Estas en Colombia son:

- El Registro Nacional de Turismo (RNT) que es un requisito previo y obligatorio para que los prestadores de servicios turísticos inicien sus operaciones. En seguimiento a la Ley 2068 de Turismo y el Decreto 1836, a partir del 23 de agosto de 2022, los anfitriones que no tengan un número de registro y no hubieran incluido el mismo en el perfil de sus anuncios, no podrán compartir sus espacios ubicados en Colombia en plataformas digitales. (Airbnb, 2022)
- Colombia regula plataformas de hospedaje como Airbnb, Booking o Expedia, entre otras. Ahora, las plataformas tendrán que pagar 2.5 de cada 1.000 que reciban por comisión, es decir, el 0.25 por ciento. La ministra de Comercio,

Industria y Turismo, María Ximena Lombana, señaló que Colombia es el primer país en la región en implementar estas medidas. (Nubia, 2022)

- Cumplir con requisitos de impuestos de renta, IVA, relacionados con personas físicas y jurídicas que ofrecen estadías de corta duración en Colombia, así como el ICA según corresponda, además a la contribución parafiscal del sector turismo. En virtud de los artículos 437 y 615 del Código Tributario Colombiano, las plataformas que ofrecen estadías de corta duración están obligadas a emitir facturas sobre el suministro de nuestras tarifas por servicio. (Airbnb, 2022)

4.7.3 Chile

Regulación de la Competencia Desleal

En el país de Chile la competencia desleal se encuentra regulada mediante la Ley N° 20.169, que fue publicada en el Diario Oficial N° 38.691 en fecha 16 de febrero del 2007, dicha Ley solo contiene diez artículos, lo cual puede reputarse como reducido a comparación de la Ley de Represión de Competencia Desleal de nuestro país que contiene un total de cincuenta y nueve artículos.

Centrándonos en la legislación chilena, Inostroza (2017) señala que dicha legislación tiene en cuenta la incapacidad del legislador para anticiparse a todos los casos en los que el ingenio de los rivales puede perjudicar ilegalmente a sus pares, por lo cual se sigue la tendencia comparativa de criminalizar ampliamente los actos constitutivos de competencia desleal, ello sin perjuicio de desarrollar conductas desleales específicas.

En ese sentido, la regulación de Chile sigue el mismo patrón que nuestro país al desarrollar el concepto de clausula general, la cual se encuentra establecida en el Artículo 3° de la Ley citada anteriormente, misma que señala “La competencia desleal se refiere a cualquier comportamiento que vaya en contra de los principios de honestidad y ética, y que tenga como objetivo alejar ilegalmente a los consumidores de un determinado participante en el mercado.” (Ley N° 20.169, 2007)

Al respecto, Inostroza (2017) indica que la cláusula general establecida en el Artículo 3 no es una mera indicación que deba ser usada cuando se den las conductas desleales específicas desarrolladas en el Artículo 4, sino que el Artículo 3 es una regulación completa que debe ser aplicable tanto en los casos específicos establecidos en el Artículo 4 como en los casos que no se encuentren particularizados pero que cumplen con los lineamientos para configurarse como un acto de competencia desleal.

Análisis de la competencia desleal respecto AIRBNB

Ahora, se debe tener en cuenta que la Ley N° 20.169 se promulgo en el año 2007, es decir antes de que la plataforma AIRBNB sea usada de sobremanera por la población chilena, generando malestar en el sector hotelero que alrededor del año 2016 empezaron a pronunciarse contra la plataforma AIRBNB, emitiéndose diversos artículos periodísticos sobre dicha materia, a modo de mención se tiene el siguiente artículo “Los hoteleros de Chile, contra Airbnb y Niumba por competencia desleal” donde informaron “Los hoteleros y las empresas de turismo de Chile se han levantado contra las plataformas de hospedaje informal Airbnb y Niumba, a las que acusan de competencia desleal y de incumplir la normativa del país” (El País, 2016)

A pesar de los reclamos por parte del sector hotelero y turístico los legisladores y especialistas no realizaron ninguna modificación en la Ley N° 20.169 ni brindaron un pronunciamiento respecto a la supuesta competencia desleal por parte de AIRBNB, sin embargo, ello no significó que pusieran la lupa sobre las actividades que implicaban la plataforma AIRBNB.

Regulación para la actividad de AIRBNB

Es en dichas circunstancias, que en el año 2019; se emitió el Decreto 19 “Reglamento para la aplicación del sistema de clasificación, calidad y seguridad de los prestadores de servicios turísticos” donde se desarrolló el concepto de servicio de alojamiento turístico en el inciso a) del Artículo 3.

Establecimiento en que se provee comercialmente el servicio de alojamiento por un período no inferior a una pernoctación; que estén habilitados para recibir huéspedes en forma individual o colectiva, con fines de descanso, recreo, deportivo, de salud, estudios, negocios, familiares, religiosos u otros similares (Reglamento para la Aplicación del Sistema de Clasificación, Calidad y Seguridad de los Prestadores de Servicios Turísticos, 2019)

Dicho concepto permitió vincular a los usuarios (anfitriones) de la plataforma AIRBNB con el Registro Nacional de Clasificación de Prestadores de Servicios Turísticos a cargo del Servicio Nacional de Turismo de Chile, quienes buscaron llevar un control de identificación riguroso de los servicios turísticos formales que se comercializan en el país de Chile, es así que ahora aquellos usuarios (anfitriones) que quieran ofertar en la plataforma AIRBNB requieren antes inscribirse en el Registro Nacional de Clasificación de Prestadores de Servicios Turísticos.

Al respecto, la propia plataforma detalla en uno de sus apartados:

El Servicio Nacional de Turismo de Chile (SERNATUR) cuenta con un Registro Nacional de Clasificación de Prestadores de Servicios Turísticos y la inscripción ante dicha autoridad se realizará a través de Internet y es gratuito, te sugerimos que te registres en Sernatur y, tras obtener tu número de registro, lo agregues al anuncio de tu espacio en nuestra plataforma en el campo Número de registro de Sernatur (AIRBNB)

Así también, surgió la plataforma “alojados” la cual tiene como objetivo competir con la plataforma AIRBNB, empero la gran diferencia sería que dicha plataforma actuaría conforme las normativas establecidas en el país chileno, para cumplir con dicho objetivo en la plataforma se llevaría un control de los usuarios y el debido pago de impuestos, al respecto uno de los creadores de la plataforma “alojados” Jorge Ardua (2019) señaló que la plataforma surgió debido a una noción personal derivada de todo lo que aparece en las noticias sobre el problema fiscal, existiendo competencia desleal por parte de las empresas que no actúan conforme a ley con aquellas que si hacen todo correctamente.

4.8 En Europa

4.8.1 España

Regulación de la Competencia Desleal

Respecto al ámbito normativo de la represión de la Competencia Desleal cabe destacar que se encuentra regulada por la Ley 3/1991, que fue publicada el 11 de enero de 1991, la cual a lo largo de los años ha sido modificada un total siete veces, teniéndose la última modificación el 03 de noviembre del 2021, quedándose con un total de treinta y nueve artículos.

Grupo Atico34 (2020) detalló que el objetivo principal de la Ley de Competencia Desleal es garantizar que todos los agentes del mercado se atengan a las mismas reglas, generando con ello que exista un ambiente de competición sana entre ellos.

Ahora, la legislación española abarcó el concepto de clausula general, misma que se encuentra establecida en tres incisos del Artículo 4 de la Ley 3/1991, estableciéndose en su inciso primero:

La deslealtad se refiere a cualquier actividad que viole flagrantemente los principios de la buena fe. Se produce una infracción de la buena fe cuando un empresario o profesional no cumple con el nivel esperado de habilidad y cuidado en sus acciones, lo que puede tener un impacto significativo en el comportamiento económico del consumidor medio o del grupo objetivo. Esta infracción es especialmente relevante si la práctica empresarial se dirige específicamente hacia un colectivo concreto de usuarios. (Ley 3/1991, de Competencia Desleal, 1991)

En esta línea, Martínez (2009) explica que la intención es “que sea una norma jurídica en sentido técnico. Esto significa que pretende establecer obligaciones legales para aquellos a los que se aplica. Si alguien infringe esta norma, se consideraría un acto de competencia desleal y podría acarrear consecuencias legales” (pp. 64 - 65)

Análisis de la competencia desleal respecto AIRBNB

El uso de la plataforma AIRBNB al igual que la mayoría de países pertenecientes a la Unión Europea fue incrementando de manera acelerada y exponencial, situación que preocupó de sobremanera al sector hotelero turístico, específicamente en el país español la Confederación Española de Hoteles y Apartamentos Turísticos (CEHAT) empezó a emitir distintos

pronunciamientos contra la plataforma AIRBNB denotándose que exista una suerte de competencia desleal, al respecto el presidente de Confederación Española de Hoteles y Apartamentos Turísticos (2010) señaló:

Lo que ocurre es que existe una competencia con residencias y apartamentos que proceden del mundo inmobiliario y hacen una competencia desleal y muy fuerte a los alojamientos reglados como los hoteles, que cumplen toda la normativa y pagan los impuestos regularmente (Molas, 2010)

Objetivamente, la Confederación Española de Hoteles y Apartamentos Turísticos (CEHAT) alegaba que el sector hotelero turístico cumplía con diversos requisitos a fin de ejercer la actividad hotelera detallando entre ellos: sanidad, seguridad, protección civil, licencias de edificación, consumo, impuestos y las normas que cada localidad (municipio) establecía, entretanto la plataforma AIRBNB no tenía que cumplir con ningún requisito debido a que no existía ninguna regulación específica.

En ese sentido, diferentes especialistas en el ámbito de competencia desleal entre ellos legisladores consideraban que el reclamo de la Confederación Española de Hoteles y Apartamentos Turísticos (CEHAT) no tenía cabida debido a que la plataforma AIRBNB y el sector hotelero no compartían el mismo mercado, motivo por el cual no se realizó ninguna modificación a la Ley 3/1991 o se emitió un pronunciamiento de trasfondo respecto a la plataforma AIRBNB y la supuesta competencia desleal al sector hotelero; empero si se empezaron a dar pinceladas a fin de identificar la naturaleza de la actividad que realizaba la plataforma AIRBNB.

Regulación para la actividad de AIRBNB

Es así, que se modificó la Ley 29/1994, de Arrendamiento Urbanos, donde se estipuló en el inciso e de su Artículo 5 que:

Quedan excluidas del ámbito de aplicación de esta ley: e) La cesión temporal de la totalidad de la vivienda amueblada y equipada para su uso inmediato, comercializada o promocionada a través de canales turísticos o cualquier otra forma de comercialización o promoción, y realizada con ánimo de lucro, cuando esté sujeta a un régimen específico derivado de su normativa sectorial turística. (Ley 29/1994, de Arrendamientos Urbanos, 1994)

Es decir que la plataforma AIRBNB no se encuentra dentro de la actividad de arrendamiento urbano y más se considera como una actividad turística, ello conforme lo regulen cada localidad (municipio) de España.

Así, cabe destacar la regulación establecida por el ayuntamiento de Madrid, que conforme la propia plataforma AIRBNB ha establecido que es obligatorio para los usuarios (anfitriones) de la plataforma AIRBNB registrarse en el Registro de Empresas Turísticas y también es necesario que se realicen el pago del impuesto sobre la renta de las personas físicas (IRPF).

4.8.2 Francia

Regulación de Competencia Desleal:

La competencia desleal en Francia, ha sido construido por las sentencias dictadas progresivamente por los juzgados y tribunales. Siendo así, que no existe una norma o ley

específica que la contenga, pero la competencia desleal es sancionada por el derecho civil en virtud de principios generales estos en los textos generales relativos a la responsabilidad civil.

El recurso legal por competencia desleal se basa en los artículos 1382 y 1383 del Código Civil. El artículo 1382 estipula que “toda acción de un particular que cause un perjuicio a otra persona crea para la parte responsable la obligación de indemnizar”. El artículo 1383 establece además que los particulares “son responsables de los daños que causen, no sólo por actos intencionados sino también por negligencia o imprudencia”. (Code civil français, 1804)

La jurisprudencia del Tribunal de Casación ha armonizado el concepto que se basa en la responsabilidad extracontractual, articulado en torno a las siguientes tres condiciones acumulativas: una falta, un daño, un nexo de causalidad entre la falta y el daño. (Cass. com, 1976)

El artículo 1240 del Código Civil recuerda que “*cualquier acto del hombre, que cause daño a otro, obliga a la persona por cuya culpa sucedió a repararlo*”. (Code civil français, 1804)

El daño podrá evaluarse a la luz de los resultados económicos de la empresa afectada por la competencia desleal. La labor de un analista financiero, o de un censor jurado de cuentas, será fundamental para evaluar la pérdida de margen y el impacto de los actos de competencia desleal en el buen funcionamiento de la empresa. (Cambronne Avocats, 2020)

Es preciso mencionar la existencia de 2 importantes instituciones que se encargan de velar por una adecuada competencia en el país galo. La Autoridad de competencia (L’ADLC) junto a La Dirección General de Competencia, Consumo y Control del Fraude (DGCCRF) contribuye a la lucha contra las prácticas anticompetitivas. Detecta signos de prácticas

anticompetitivas movilizando su red territorial. La DGCCRF investiga para esclarecer las pistas así detectadas. Si la Autoridad de Competencia no respalda el índice, la DGCCRF realiza la investigación por sí misma. La Autoridad de Competencia puede entonces asumir los resultados de esta investigación. Así, las investigaciones de la DGCCRF alimentan a la Autoridad de Competencia, permitiéndole en determinados casos sancionar prácticas abusivas en mayor escala. En otros casos, la DGCCRF implementa la facultad de amparo y conciliación otorgada al Ministro de Economía para la conciliación de prácticas locales anticompetitivas. (La DGCCRF, une direction au cœur de l'économie réelle, 2020)

Otra norma importante que da luces sobre el tema de competencia es el Código de Comercio a lo largo de su título II. “Prácticas Anticompetitivas”

Los actos que caracterizan la competencia desleal en Francia son:

El parasitismo es el acto de beneficiarse ilegalmente de la notoriedad de otro. Es una conducta defectuosa que consiste en ponerse en la estela de un agente económico para recuperar, a bajo precio y sin su consentimiento, los frutos de los esfuerzos que este último haya desplegado con anterioridad. ((Com. 7 n° 07 -17.529), 2009)

Desorganización a través de la caza furtiva masiva de personal.

En efecto, es notorio que la contratación simultánea de varios empleados de una empresa competidora constituye un acto de competencia desleal cuando tiene como efecto

desorganizar a esta empresa. (Corte de Casación, Cámara Comercial, recurso núm. 06 -13.421, 2007)

Denigración

El descrédito es un acto de competencia desleal porque consiste en palabras o información malintencionada hecha pública, difundida con el objetivo de desacreditar a un competidor, o sus productos o servicios, o sus métodos comerciales. la publicidad comparativa se vuelve ilegal si es engañosa o induce a error al consumidor protegido por el Código de Consumo.

Imitación y confusión

Es el uso por cuenta propia, de signos distintivos propios de otros, con el objeto de acaparar ilegítimamente la clientela y la reputación ajenas.

Análisis de Competencia Desleal respecto a Airbnb

En el caso de Francia no existe una ley de Competencia desleal específica donde se haya propuesto supuestos de Competencia Desleal. Sin embargo, se tiene amplia jurisprudencia respecto a actos de competencia desleal. En ninguna se precisa el caso de economías de colaboración o la actividad propia de Airbnb. Los casos más sancionados por los tribunales franceses son los 4 desarrollados anteriormente.

No obstante, ya en 2015 los representantes hoteleros pidieron al gobierno que refuerce las reglas para acabar con la competencia considerada desleal.

Los profesionales del turismo exigen medidas contundentes al gobierno porque creen que no luchan en igualdad de condiciones contra un sistema en constante desarrollo. El sistema

en cuestión es la oferta de alquiler entre particulares que ofrecen empresas como Airbnb, Housetrip, Homelidays, etc. Los hoteleros denuncian competencia desleal porque si el particular que alquila su apartamento ofrece los mismos servicios que un hotel (sábanas, toallas, incluso desayuno), tiene que pagar los mismos cargos. “Busco en Internet 'habitación de hotel' en mi ciudad y ahí, al mismo tiempo que mi habitación que vendo por 100 euros, tengo una oferta para alquilar un apartamento por 90 euros. Ya, esta última no pagas IVA y no tenemos los mismos cobros: a mí, al final del año, me quedan 2,50 euros, les queda al menos el 50% del precio de la habitación un propietario particular, pagas una tarifa particular, pago cuatro”, describe Laurent Duc, propietario de un hotel en Lyon. (Vedrenne, 2015)

Así es como empezó una pequeña guerra entre Airbnb y la Unión de Oficios e Industrias de la Industria Hotelera (Umith), el juicio en los tribunales tuvo como consecuencia regular la actividad de Airbnb, pero sin considerarla como competencia desleal frente a las empresas hoteleras. Entendiendo su naturaleza intermediadora y de alquiler de temporada por su naturaleza no profesionalizada.

Es público que la plataforma de alquileres de temporada entre particulares, alberga 60.000 anuncios solo en París, factura 7,6 millones de euros netos en Francia, por ello ya en 2018 La principal federación Umith, critica a la plataforma de alquiler amueblado por no retirar los anuncios que superan el techo de 120 noches al año y por no publicar el número de registro de la propiedad, que es obligatorio en determinadas ciudades. (L'hôtellerie assigne Airbnb en justice pour concurrence déloyale. , 2018)

Regulación para la actividad de Airbnb

Las regulaciones para la actividad de arrendamiento short time, en Francia es bastante amplia se debe cumplir la legislación y normativas locales que se aplican a circunstancias

específicas en la ciudad donde se encuentre, la modalidad de alquiler por Airbnb. Las regulaciones son por ejemplo las siguientes:

Impuesto sobre la renta, el impuesto sobre empresas, IVA, impuesto residencial o el impuesto sobre la propiedad, en función de ser inquilino o propietario, declarar ingresos de alquileres amueblados divididos en diferentes regímenes fiscales, impuesto al alojamiento amueblado turístico, entre otras. Sin embargo, los alquileres de temporada de una o más habitaciones de la residencia principal que no supere los 760€ anuales están exentos y no se declaran al impuesto sobre ingresos. Más allá de esta cantidad, los ingresos deben declararse para el impuesto sobre la renta. (Finanzas Publicas de la Republica Francesa, s.f.)

En junio de 2018, Airbnb y los demás miembros de Union Nationale Pour la Location de Vacances, la Asociación Francesa de alquileres de corta duración (UNPLV), asumieron compromisos voluntarios con el Gobierno francés para apoyar el turismo sostenible y saludable. Como resultado, los anfitriones deben clasificar sus anuncios en esas tres categorías: **residencia principal**, (es el lugar en el que se vive durante al menos 8 meses al año, a menos que haya un tratamiento profesional, un problema de salud u otras circunstancias imprevistas. Se le permite alquilarlo en su totalidad por un máximo de 120 días al año), **residencia secundaria** (lugar en el que vives durante menos de 4 meses al año, incluidas pied-à-terres y casas de vacaciones. Puede alquilarse durante todo el año siempre que se haya declarado la actividad de alquiler al ayuntamiento) y **espacio no residencial** (alojamientos dedicados a hospedar turistas. Esta categoría incluye hoteles, bed and breakfasts, espacios comerciales o apartamentos con servicios, por ejemplo. Algunos espacios no residenciales están sujetos a la obligación de registro). En Francia, los anuncios de alojamientos enteros están autorizados a aceptar reservas de un máximo de 120 noches por año natural (del 1 de enero al 31 de

diciembre). Esto no se aplica al alquiler de habitaciones individuales ni a las viviendas secundarias.

A partir de enero de 2020, las plataformas en línea que operan en Francia, incluida Airbnb, están obligadas por ley a proporcionar datos específicos a las autoridades fiscales francesas cada año. Estos datos se relacionan con la identidad de los anfitriones (incluyendo su nombre, fecha de nacimiento y dirección), su actividad en la plataforma durante el año natural anterior (incluidos sus ingresos brutos y el número de reservas) y la información del método de pago (iban en la mayoría de los casos). (Airbnb, Ser un anfitrión responsable en Francia, 2017)

4.9 Derechos del Consumidor

4.9.1 Concepto de Derecho del Consumidor

El derecho del consumidor puede ser definido de distintas formas y ámbitos, citando entre ellos a Tambussi (2014) que detalla que el derecho de los consumidores es un mecanismo inequívoco de salvaguardia de los ciudadanos, vinculado a los derechos fundamentales de las personas y situado en el contexto de lo que suele denominarse derechos humanos.

Sin embargo, Echaiz (2012) explica que la legislación en materia de consumo reconoce las diferencias inherentes entre las partes implicadas en las relaciones de consumo. En consecuencia, el Estado asume un papel protector y establece un sistema de protección de los consumidores. Es importante señalar que este sistema no protege directamente al consumidor, sino al consumidor final.

4.9.2 Naturaleza Jurídica

Durand (2019) destaca que la persona humana desde su concepción se encuentra sujeto por diversas necesidades, por lo tanto se ve obligado acudir a diversas personas jurídicas y naturales a fin de satisfacer dichos requerimientos, en ese sentido se ve obligado acudir al mercado, donde logra establecer diversas relaciones con otros seres humanos que también participan en el mercado, es en este proceso que el Estado acude a salvaguardar los derechos de todos los participantes en el mercado, puesto que constitucionalmente el fin del Estado y la sociedad es el ser humano.

Entonces, los derechos del consumidor abarcan diversas prerrogativas que permiten al ser humano satisfacer adecuadamente sus necesidades dentro del mercado, por lo cual el derecho del consumidor se enmarca como un derecho subjetivo-personal, ya que si es transgredido debe acudir a su reparación inmediata, al respecto Wald (1993) refiere:

El derecho del consumidor se caracteriza, pues, como un derecho especial destinado a corregir los llamados "efectos perversos" de la sociedad de consumo, restableciendo una igualdad jurídica que debe compensar la desigualdad económica y manteniendo, así, el equilibrio entre las prestaciones de ambas partes, que debe existir en los contratos conmutativos, con base en los principios de buena fe y de la lealtad entre los contratantes. (p. 1)

En dicho contexto, han surgido diversas teorías a fin de definir la naturaleza jurídica del derecho del consumidor, siendo las principales:

4.10 Teorías sobre la naturaleza jurídica del derecho del consumidor

4.10.1 Derecho del consumidor como Derecho Constitucional

Según el artículo 110 de la Constitución Política del Perú de 1979, el Estado se compromete a promover el desarrollo económico y social mediante el incremento de la producción y la productividad, la optimización del uso de los recursos, la asistencia a los diversos sectores de la producción y la salvaguarda del bienestar de los consumidores. Según el artículo 65 de la Constitución de 1993, el Estado es responsable de salvaguardar el bienestar de los clientes y usuarios. Esto se alinea con el patrón predominante de otorgar reconocimiento constitucional a los derechos individuales. Se asemeja a la legislación más sofisticada en este ámbito que se observa en países como España y Argentina, donde sus constituciones cuentan con normativas comparables. La protección del consumidor es un conjunto de medidas legales utilizadas por el gobierno para salvaguardar el poder adquisitivo de los individuos y garantizar su bienestar y seguridad impidiendo la adquisición de productos y servicios de calidad inferior. Las normas también garantizan que los bienes y servicios que adquieren los particulares son funcionales y cumplen sus requisitos. (Baltazar, 2007)

Además, Como afirma el profesor (Britz, 1992), El enfoque constitucional de los derechos de los consumidores exige asignarle un alcance que excede la definición tradicional, frente al criterio que considera que los derechos fundamentales consagrados en las constituciones están imbuidos de un carácter político excluyente que regula la relación entre los Estado y sus ciudadanos, también controlan las relaciones jurídicas entre los sujetos de derecho.

4.10.2 Derecho del Consumidor como Derecho de la Persona

El derecho del consumidor debe considerarse como un derecho individual y subjetivo que debe salvaguardarse en caso de infracción. La razón de ello es que la infracción en cuestión equivale a atentar contra los derechos de una persona y, por tanto, debe estar sujeta al mismo tratamiento jurídico que los atentados contra la libertad, la intimidad o cualquier otro aspecto de la personalidad. (Baltazar, 2007)

Según Juan Marina Farina (1995), el derecho de los consumidores no puede considerarse un estatuto, ya que no se refiere a un determinado grupo o profesión de consumidores. Por el contrario, se aplica a todos los individuos, ya que todo ser humano es un consumidor.

Como consumidor, el hombre asume un papel central en el mercado debido a sus exigencias inherentes. Tiene derecho a solicitar información completa, seguridad, trato equitativo, precios competitivos, excelencia y garantía. Todos estos derechos deben estar inequívocamente reconocidos y defendidos por el ordenamiento jurídico, sin lugar a negaciones ni discusiones. Permiten a los individuos realizar compras bien informadas en el mercado sin experimentar ninguna consecuencia adversa que impida, limite o regule sus acciones como participante activo en el mercado. El Estado interviene para modificar y supervisar las normativas que regulan la publicidad, los contratos y otros ámbitos. La protección de los intereses de los consumidores se dirige fundamentalmente a salvaguardar al individuo como persona con necesidades esenciales y como objetivo primordial tanto de la sociedad como del gobierno. (Baltazar, 2007)

4.10.3 Derecho del Consumidor como Derecho Multidisciplinario

Existen 2 órdenes uno interno y otro externo, para explicar la multidisciplinariedad del Derecho del Consumidor, en el interno este comparte algunas ideas, conceptos, instituciones y herramientas con otras disciplinas jurídicas. Hace mucho tiempo, la naturaleza de las ramas era el único criterio para clasificar las disciplinas jurídicas, y sobre esta base tenemos, entre otros, el Derecho Civil, el Derecho Mercantil, el Derecho Penal, el Derecho Procesal Civil, el Derecho Administrativo y el Derecho Tributario. En el orden externo, el derecho del Consumidor incorpora la experiencia de la economía, psicología social, sociología de consumo, marketing, metrología, medicina e ingeniería alimentaria. De ahí se desprende conceptos no originarios de la ciencia jurídica. (Baltazar, 2007)

4.10.4 Teoría de los intereses difusos

Landoni (1998) desarrolla que existen diversos grupos de personas que teniendo o no un algún vínculo jurídico, pueden pertenecerse entre sí por diversas situaciones, mismas que parten desde lo genérico, citándose por ejemplo diversos consumidores que fueron engañados mediante publicidad, llegando adquirir un producto que no es lo que se publicita. (Landoni , 1998)

En ese sentido, la teoría de los intereses difusos desarrolla que la titularidad de un derecho no pertenece a una persona determinada, por el contrario pertenece a todos aquellos miembros de la sociedad que se ven afectados por una situación o violación de un derecho colectivo resultando esto en un número de personas indeterminado, esto se da debido a que en la coyuntura actual existen diversos derechos los cuales no se puede vincular con precisión a un titular, teniéndose de ejemplo los derechos del consumidor.

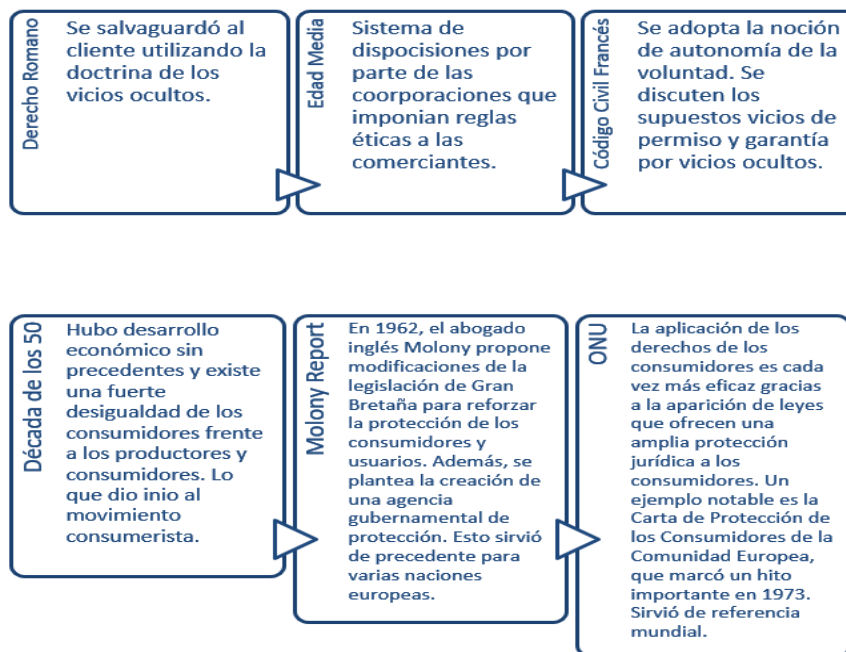
Al respecto, Priori (1997) conceptualiza los intereses difusos:

Los intereses de este grupo consisten en individuos que no tienen ninguna conexión legal, sino que están conectados por circunstancias de hecho generales, temporales, fortuitas y cambiantes, como residir en la misma zona, consumir el mismo producto o ser el objetivo de una campaña publicitaria. (p. 98)

4.10.5 Evolución Legislativa de los derechos del consumidor

Figura 7

Doctrina, Legislación, Instituciones, Jurisprudencia internacional, Nuevas perspectivas de Desarrollo



4.11 Regulación nacional de protección del consumidor

4.11.1 El consumidor en la constitución

En la legislación peruana, la protección de los consumidores está contemplada en el artículo 65 de la Constitución Política del País. Este artículo dice que el Estado debe proteger los derechos e intereses de los consumidores y usuarios. En consecuencia, otorga a las personas el derecho a conocer los bienes y servicios que pueden adquirir en el mercado. Además, vela específicamente por el bienestar y la seguridad de las personas.

En dicho artículo, se establece un lineamiento respecto a la actuación del Estado, misma que se caracteriza por ser tuitivo debido a que el Estado velara por el consumidor en cualquier actividad económica, como también se reconoce la prerrogativa que tienen todos los consumidores para exigir al Estado su intervención cuando se transgredan sus derechos.

4.11.2 Código de protección y defensa del consumidor Ley 29571

a) Finalidad.

Como se señala en el Artículo II del Título Preliminar de la Ley 29571, que regula el Código de Protección y Defensa del Consumidor, el objetivo de esta ley es asegurar que los consumidores puedan obtener buenos productos y servicios y que se les otorguen los derechos y formas efectivas de protegerse. Esto incluye reducir el acceso desigual a la información y corregir, detener o deshacerse de acciones y hábitos que perjudican sus intereses legítimos. Para que el sistema de economía social de

mercado inscrito en la Constitución funcione, la seguridad debe entenderse de manera que ayude al cliente al máximo, como se indica en este Código. (Ley 29571 , 2010)

Con este apartado se busca garantizar que los consumidores sean protegidos en un sentido amplio y favorable, ya que son estos quienes se ven afectados por la asimetría informativa. Ello dentro del marco de economía social de mercado. Es importante señalar que, en nuestro país, gran parte de los consumidores no encajan dentro de la categoría de consumidores razonables, más bien existe un consumidor promedio, que no es capaz de actuar con diligencia en razón al contexto social y cultural en el que se encuentra. Lo cual representa un reto para el Indecopi que debe incentivar la actuación o conducta razonable de los consumidores, ello a través de educación y capacitación.

b) Ámbito de aplicación

La Ley N° 29571 o Código de Protección y Defensa del Consumidor, establece en su

Artículo III su ámbito de aplicación de la siguiente manera:

1. El Código actual ofrece protección a los consumidores que, directa o indirectamente, están expuestos a una relación de consumo o participan en ella, incluidos los que se encuentran en las fases iniciales de dicha relación.

2. Las normas de este Código son aplicables a las transacciones de consumo que se realizan dentro de las fronteras del país o que tienen un impacto dentro de las fronteras del país.

3. Este código también se aplica a las transacciones exentas de tasas, siempre que tengan una finalidad comercial destinada a incentivar o promover el consumo. (Código de Protección y Defensa del Consumidor, 2010)

En ese sentido, el ámbito de aplicación del Código de Protección y Defensa del Consumidor se funda en la relación del consumo, misma que actúa como pilar para identificar el radio de acción del organismo encargado de la defensa y protección del consumidor INDECOPI y la aplicación del Código.

Al respecto Lorenzetti (2003) refiere “La conexión entre una empresa y un cliente es lo que determina cuándo se aplica el Derecho del consumidor.” (p. 74)

Sin embargo, con el transcurso de los años ha ido ampliándose la tutela brindada por el Código de Protección y Defensa del Consumidor, en razón que el concepto de relación de consumo se vio flexibilizado y se amplió el rango de aplicación a actos estrechamente vinculados a una relación de consumo, tales como la etapa previa de una relación de consumo como la mera exposición a cualquier relación de consumo.

Espinoza (2021) desarrolla:

El ámbito de aplicación del Derecho del Consumo no viene determinado únicamente por la relación de consumo. Como se ha demostrado anteriormente, existen supuestos más allá de la relación de consumo que merecen la protección de esta disciplina. Por lo tanto, no es necesario ampliar innecesariamente el concepto de relación de consumo. (p. 118)

4.11.3 Definiciones

4.11.3.1 Consumidores o usuarios

El artículo IV del Código de Protección y Defensa del Consumidor Ley 29571 establece las definiciones de clientes o usuarios:

- Las personas naturales o jurídicas que obtienen, utilizan u obtienen satisfacción de bienes o servicios tangibles o intangibles, ya sea en beneficio propio o de su círculo familiar o social, por lo que operan más allá del ámbito comercial o profesional. Un individuo que obtiene, utiliza u obtiene satisfacción de un producto o servicio, a menudo destinado a su función de proveedor, no se clasifica como consumidor.
- Microempresarios que experimentan un escenario en el que existe una falta de conocimiento igualitario entre ellos y el proveedor sobre artículos o servicios que no están incluidos en su propia línea de negocio.
- Cuando existe incertidumbre sobre el destino final de un determinado producto o servicio, el individuo que compra, utiliza u obtiene satisfacción del producto o servicio se considera consumidor. (Ley 29571 , 2010)

Los marcos legislativos que prevalecen en el ámbito de la protección de los consumidores pretenden abordar el desequilibrio de información entre consumidores y empresas. Por ello, con el fin de abarcar un ámbito más amplio, varios ordenamientos jurídicos han ampliado la definición de consumidor más allá de las personas físicas para incluir también a las organizaciones sin ánimo de lucro y a las pequeñas empresas, a pesar de que su legislación se refiera explícitamente a los clientes como simples personas físicas. El principio subyacente es sencillo: no se trata de proteger al último eslabón de la cadena, sino al punto más vulnerable de la misma. La hipótesis de la asimetría de la información se aplica tanto a las personas

jurídicas sin ánimo de lucro o a las pequeñas empresas como a los consumidores individuales. (Espinoza, 2021)

“Las Naciones Unidas hace referencia al término consumidor de manera general, a la persona física con independencia de su nacionalidad que actúa principalmente con fines personales, familiares o domésticos” (UNCTAD, 2017, p. 18).

4.11.3.2 Proveedores

El Código de Protección y Defensa del Consumidor, desarrolla en el Artículo IV la noción de proveedor, dando una descripción detallada de mismo, en ese entender proveedor son

“Individuos o entidades, ya sean particulares u organizaciones que operan bajo autoridad gubernamental o no gubernamental, que participan regularmente en la creación, alteración, gestión, procesamiento, envasado, almacenamiento, preparación, venta, distribución o entrega de cualquier tipo de productos o servicios a los clientes” (Código de Protección y Defensa del Consumidor, 2010)

Al respecto la Comisión de Protección al Consumidor, también detalló

Es importante señalar que el término "proveedor" engloba no sólo a la persona física que vende el producto o servicio, sino también a todos los participantes que intervienen en el proceso de producción-consumo. Esto incluye tanto a las personas jurídicas como a las físicas, ya sean entidades públicas o privadas, que facilitan la transferencia de un producto o servicio desde el fabricante hasta el consumidor final dentro del país. (Resolución Final N° 0964-2006-PC)

4.11.3.3 Relación de Consumo

Se refiere al proceso en el que un cliente obtiene un producto o servicio de un proveedor a cambio de un pago. Esta declaración no afecta ni influye en los casos mencionados en el artículo III. (Ley 29571 , 2010)

Esta relación está compuesta por tres componentes:

- a) Un consumidor como destinatario final, no ejerce una actividad empresarial o profesional, la microempresa en situación de asimetría informativa.
- b) Un proveedor contrata a título empresarial
- c) Productos o servicios suministrados deben destinarse a uso privado

Estos componentes están ligados y su análisis integral, ya que por la ausencia de uno de ellos no podrá configurarse una relación de consumo.

La conexión con el cliente se establece mediante un acuerdo contractual y, por tanto, tiene obligaciones mutuas que se traducen en ventajas recíprocas. (Espinoza, 2021)

4.11.3.4 Asimetría informativa. –

El artículo IV del Código de Protección y Defensa del Consumidor, establece la asimetría informativa como:

“La información asimétrica es una característica definitoria de las transacciones comerciales, en las que el proveedor suele tener un conocimiento superior y más completo sobre los artículos y servicios que vende a los consumidores en el mercado.”. (Código de Protección y Defensa del Consumidor, 2010)

En ese sentido INDECOPI en uno de sus pronunciamientos destacó que la legislación enfrenta la asimetría informativa, señalando:

Esta legislación específica pretende abordar los problemas derivados de la posición desigual entre dos grupos de agentes económicos: los proveedores y los consumidores o usuarios. Los proveedores tienen ventaja sobre los consumidores por su capacidad de recopilar y analizar información, su experiencia en el mercado y su posición en el proceso de producción. (Resolución N° 101-96-TDC, 1997)

4.11.3.5 Principios

Figura 8

Principios del consumidor



4.11.3.6 Políticas públicas

Figura 9

Políticas públicas



4.11.3.7 Los Derechos del Consumidor en el CPDC

Según el Código de Protección y Defensa del Consumidor en el Título I, de los derechos de los consumidores y relación consumidor proveedor, en el capítulo I, Derechos de los consumidores y en su artículo 1, se desprenden los siguientes principales Derechos de los Consumidores.

A. Protección Eficaz:

El literal a) del Artículo 1 de la Ley N° 29571 establece:

“El derecho a recibir una protección adecuada en relación con bienes y servicios que, en circunstancias típicas o previstas, supongan una amenaza o un peligro para la vida, el bienestar y la integridad corporal de la persona” (Codigo de Protección y Defensa del Consumidor, 2010)

Al respecto, Echaiz (2012) refiere que el Estado tiene la obligación de asumir un rol tuitivo para con el consumidor, motivo por el cual organiza y sistematiza un sistema de protección al consumidor, dicha protección se fundamentara en que las relaciones de consumo guardan asimetría informativa. (Echaiz, 2012)

En ese entender, el ejercicio de este derecho comprende el control de la oferta por parte del Estado, para lo cual se aplican diversas restricciones y/o advertencias en productos y servicios que puedan representar un riesgo para la sociedad en general.

B. Acceso a la información:

Este derecho se encuentra consagrado en el literal b) del Artículo 1 del Código de Protección y Defensa del Consumidor, que desarrolla:

Derecho a acceder a información oportuna, suficiente, veraz y fácilmente accesible, relevante para tomar una decisión o realizar una elección de consumo que se ajuste a sus intereses, así como para efectuar un uso o consumo adecuado de los productos o servicios. (Codigo de Protección y Defensa del Consumidor, 2010)

Este derecho tiene su origen en la brecha de información que existe entre los que proveen bienes y servicios (proveedores) y los que adquieren los bienes y servicios (consumidores), quienes resultan afectados por la escasez de información, puesto que llegan a conocer poco o nada de los productos y servicios que adquieren, además que a la fecha los productos y servicios van alcanzando mayor complejidad y técnicas debido al desarrollo tecnológico acelerado, lo cual significa un incremento en la brecha de información.

Teniendo en cuenta ello, Muñoz (2012) señala que, para salvaguardar la libertad de elección de los consumidores, se crea la necesidad por parte del Estado para proteger al consumidor e imponer a los proveedores el deber de proporcionar cierta información de su producto o servicio.

C. Protección de los intereses económicos:

Respecto a este derecho, el mismo se encuentra plasmado en el literal c) del Artículo 1 de la Ley N° 29571, la cual establece:

“El derecho a salvaguardar sus intereses económicos, es decir, contra las cláusulas abusivas, las tácticas comerciales de fuerza, cualquier práctica similar y la información engañosa sobre bienes o servicios” (Codigo de Protección y Defensa del Consumidor, 2010)

Al igual que los anteriores derechos, el Estado es quien adquiere la obligación de tutelar los intereses económicos de los consumidores, en ese sentido busca que los servicios y/o productos que oferte el proveedor sean adquiridos por el consumidor mediante un contrato con condiciones equitativas y que guarden autenticidad, es decir que el Estado exige a los proveedores evitar aprovecharse de los consumidores ya sea mediante engaños u cualquier otro tipo de actitud que les genere error alguno.

D. Derecho a un trato justo:

Se encuentra previsto en el literal d) del Artículo 1 del Código de Protección y Defensa del Consumidor:

“El derecho a recibir un trato justo e imparcial en todas las relaciones comerciales y a no sufrir discriminación por motivos de nacionalidad, raza, sexo, lengua, religión, punto de vista, posición económica o cualquier otra condición social” (Codigo de Protección y Defensa del Consumidor, 2010)

En atención a este derecho, resulta menester tener en cuenta que el proveedor no solo se encuentra obligado a dar toda la información a los consumidores, sino que también tiene la obligación de brindar el mismo servicio y/o producto a cualquier persona que desee adquirirlo, prohibiéndosele la acción de excluir a cualquiera que desee adquirir el rol de consumidor para con su producto o servicio mediante contrato.

Al respecto, la plataforma virtual de INDECOPI señala “Está prohibida la discriminación basada en factores como el origen, la raza, el sexo, la lengua, la religión, el punto de vista, la posición económica u otra condición. Como alternativa, notifícalo a las autoridades” (INDECOPI, 2015)

E. Derecho a la reparación o reposición del producto:

Este derecho se encuentra consagrado en el literal e) del Artículo 1 de la Ley N° 29571, que desarrolla:

“El consumidor tiene derecho a reparar o sustituir los bienes, obtener un servicio que funcione a un nuevo nivel o, como se indica en este Código, obtener la devolución del importe pagado, en función de las circunstancias concretas” (Codigo de Protección y Defensa del Consumidor, 2010)

Este derecho faculta a los consumidores a obtener una resolución justa cuando se lleguen a originar conflictos por la adquisición de productos o servicios de cualquier proveedor, es decir que obtengan una compensación o reparación cuando los consumidores se vean afectados en la relación de consumo.

F. Derecho a elegir:

Respecto a este derecho, el mismo se encuentra plasmado en el literal f) del Artículo 1 de la Ley N° 29571, la cual establece:

“Los consumidores tienen derecho a ejercer su libertad de elección entre bienes y servicios adecuados y de alta calidad, de conformidad con la legislación aplicable, que se ofrecen en el mercado. Además, los proveedores están obligados a notificar a los consumidores la disponibilidad de estas opciones” (Codigo de Protección y Defensa del Consumidor, 2010)

Durand (2007) refiere que el derecho a elegir es la prerrogativa de cualquier persona para acceder a la variedad de productos y servicios que ofrece el proveedor. (Durand, 2007)

Asimismo, Fuentes (2016) denota que este derecho garantiza al consumidor tener frente a sí una gama de productos y servicios, a fin de poder tomar su decisión de compra. (Fuentes, 2016)

G. Derecho A la protección de sus derechos

Mediante procesos ágiles y rápidos, poco burocráticos, sin coste alguno o a bajo coste, en su caso, para la presentación de sus reclamaciones o quejas ante las autoridades competentes. (Ley 29571 , 2010)

En la plataforma de Indecopi, podemos encontrar un servicio de reclamación gratuita y virtual, lo cual representa una gran ventaja, a cuando era presencial. Se inicia con una solicitud de reclamo, el responsable asigna un numero de reclamo, después la autoridad tiene un día para correr traslado al proveedor y se busca la solución mediante una mediación o conciliación. Al margen de ello, si se desea recibir una atención más cercana, la presencial también está disponible con los responsables correspondientes en las oficinas de Indecopi.

H. Derecho a ser escuchados

Individual o colectivamente, los particulares pueden salvaguardar sus intereses recurriendo a organismos gubernamentales o privados de protección de los consumidores y empleando métodos legales. (Ley 29571 , 2010)

Los reclamos o quejas se ponen en conocimiento de las organizaciones públicas o privadas en su conjunto a través de mecanismos que fijan estándares de protección al consumidor.

I. Derecho a la reparación y a la indemnización

Reclamar una indemnización de conformidad con lo dispuesto en el presente Código y en la legislación civil en materia de daños y perjuicios. (Ley 29571 , 2010)

El Indecopi así como otras reguladoras solo ordenan medidas correctivas. El Poder Judicial es el único que puede ordenar una indemnización por daños y perjuicios a la luz de lo prescrito en el Código Civil. Sin embargo, en la etapa de presentación de queja ante el Servicio de Atención al Ciudadano de Indecopi tanto el consumidor y proveedor pueden conciliar y llegar a un acuerdo, que puede incluir una indemnización. De esta forma se puede dar una reparación monetaria.

J. Derecho a asociarse

Salvaguardar colectivamente sus derechos e intereses en el contexto de las interacciones con los consumidores. (Ley 29571 , 2010)

La protección del consumidor es responsabilidad de todas las personas y de todas las organizaciones, ya sean públicas o privadas. Es decir, la defensa de los derechos e intereses del consumidor, no pueden solo ser protegidas o veladas por el estado, sino también por ciudadanos debidamente organizados que pueden asociarse para contrarrestar las malas prácticas dentro de una relación de consumo.

K. Derecho al pago anticipado o prepago de los saldos

Cualquier operación de crédito, tanto si se cancela total como parcialmente, devengará el interés remuneratorio devengado el día del abono, así como las tasas o los costes que hayan

sido acordados por ambas partes en el contrato. No habrá multas ni otros cargos de esta naturaleza. (Ley 29571 , 2010)

Los anticipos son aquellos pagados por los clientes hacia el principal de la deuda, resultando en una disminución de intereses, comisiones y tarifas en la fecha de vencimiento.

Esto último se traduce en una disminución de los intereses compensatorios devengados en el día de pago y liquidación de las comisiones y gastos señalados en las cláusulas contractuales acordadas por ambas partes, sin que les sean aplicables penalizaciones o cargos similares. (Resolución 0094, 2019).

4.12 Autoridades de Fiscalización de los Derechos del Consumidor

En Perú existen varios grupos que apoyan los derechos de los consumidores. En general, el principal grupo encargado de proteger los derechos de los clientes es el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (Indecopi). Otros organismos de gobierno y supervisión, como la Superintendencia Nacional de Salud (Susalud), la Superintendencia Nacional de Servicios de Saneamiento (Sunass), la Superintendencia Nacional de Infraestructura de Transporte de Uso Público (Ositran) y el Organismo Supervisor de la Inversión Privada en Telecomunicaciones (Osiptel), estaban capacitados en diferentes áreas.

Ya de manera específica los conocedores de controversias en una relación de Consumo se realizan a través de Procedimientos de Protección al Consumidor previstos en el Código de Protección y Defensa del Consumidor:

A. El Órgano Resolutivo de Procedimientos Sumarísimos de Protección al Consumidor

De acuerdo al artículo 2 de la RESOLUCIÓN N° 000049-2021-PRE/INDECOPI, corresponde a la organización tramitar los procedimientos de primer sumario, conforme a lo señalado en el artículo 125 del Código. (DIRECTIVA ÚNICA QUE REGULA LOS PROCEDIMIENTOS DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR, 2021)

B. Comisión de Protección al Consumidor y sus Secretarías Técnicas

De acuerdo a la RESOLUCIÓN N° 000049-2021-PRE/INDECOPI, el artículo 3 le asigna la responsabilidad de tramitar los procesos ordinarios como primera instancia y los recursos contra las resoluciones emitidas por los órganos sumariantes como segunda y última instancia. Adicionalmente, tiene la facultad de establecer precedentes vinculantes, los cuales consulta con la Sala Especializada en Protección al Consumidor (en adelante, la "Sala"). (DIRECTIVA ÚNICA QUE REGULA LOS PROCEDIMIENTOS DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR, 2021)

C. Sala Especializada en Protección al Consumidor

En el artículo 4 de la RESOLUCION N° 000049-2021-PRE/INDECOPI Se señala que es la encargada de resolver en segunda (y última) instancia las apelaciones interpuesta contra las resoluciones de las Comisiones, así como, resolver contiendas de competencia, emitir precedentes de observancia obligatoria y conocer aquéllos consultados por la Comisión. (DIRECTIVA ÚNICA QUE REGULA LOS PROCEDIMIENTOS DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR, 2021)

4.13. Del Procedimiento Administrativo

El Código de Protección y Defensa del Consumidor – Ley N° 29571 ha establecido la existencia de responsabilidad administrativa del proveedor cuando se vulneren derechos del consumidor y al existir dicha responsabilidad a fin de determinar dicha responsabilidad se han desarrollado procedimientos administrativos, en concordancia con el Texto Único Ordenado de la Ley 27444 Ley del Procedimiento Administrativo General, que establece en su Artículo 29 la definición del procedimiento administrativo de la siguiente manera:

Un procedimiento administrativo se refiere a una serie de acciones y procesos llevados a cabo por organizaciones, que resultan en la creación de un acto administrativo que tiene consecuencias legales específicas sobre los intereses, deberes o derechos de los individuos que son gobernados. (Texto Único Ordenado de la Ley N° 27444 Ley del Procedimiento Administrativo General, 2019)

Al respecto Moron Urbina (2019) precisa “El método es una secuencia en la que sus partes están unidas por una conexión compartida y una proyección distinta, manteniendo su identidad única sin confusión alguna”.

Denotándose en el ámbito de defensa del consumidor, existen diversos procedimientos administrativos sancionadores, donde se determina y sanciona la responsabilidad administrativa del proveedor que es precisada en el Artículo 114 del Código de Protección y Defensa del Consumidor como:

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. (Ley 29751, 2010)

Denotándose que el Código de Protección y Defensa del Consumidor es innovador puesto que logra agrupar y sistematizar las extensas disposiciones legales referidas al derecho del consumidor; así como la creación de un procedimiento sumarísimo de protección al consumidor, al respecto:

Así el Código protege al Consumidor que se encuentra directa o indirectamente expuesto o comprendido en una relación de consumo o en una etapa preliminar a ella. Entre las principales innovaciones que presenta el Código se pueden mencionar las siguientes: “sistematiza los principios que sustentan la protección del consumidor, reconocer diversas políticas públicas que debe seguir el Estado a fin de proteger adecuadamente los derechos e intereses de los consumidores; crea el Sistema Nacional Integrado de Protección al Consumidor; crea el Sistema de Arbitraje de Consumo; regula la protección de los consumidores en productos o servicios específicos (servicios públicos regulados, de salud, educativos, inmobiliarios, financieros, etc.). (Durand, 2015)

4.13.1 Por iniciativa de parte

Cuando se realiza una denuncia de parte ante INDECOPI respecto al ámbito de la protección del consumidor, el mismo puede ser tramitado en dos procedimientos dependiendo de la cuantía y materia, teniéndose

4.13.1.1. Procedimiento Sumarísimo:

Dicho procedimiento como se ha precisado con anterioridad resulta innovador puesto que su origen se da con la promulgación del Código de Defensa y Protección al Consumidor, al respecto:

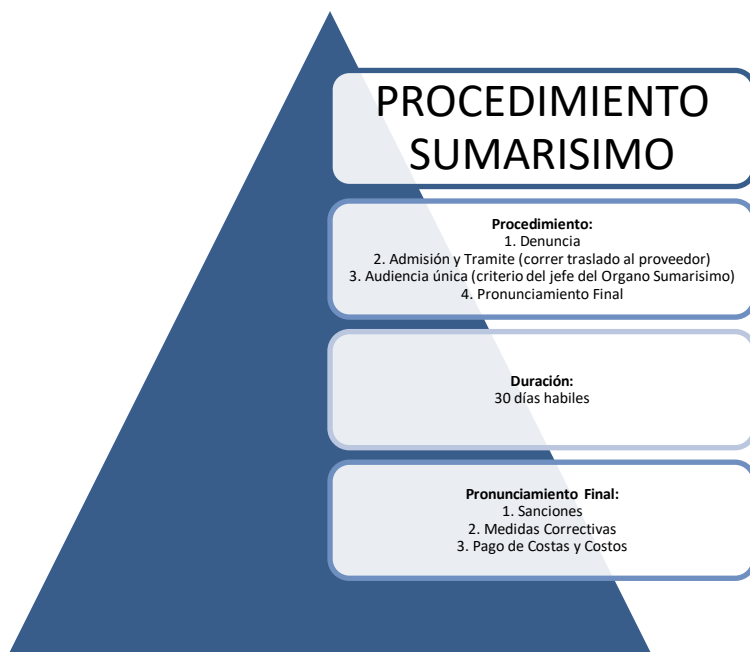
Procedimiento Sumarísimo: Los procedimientos sumarísimos se inician, en primera instancia administrativa, ante el Órgano Sumarísimo. En esta vía se tramitan las denuncias por iniciativa de parte, de acuerdo con los siguientes criterios: (i) Por razón de cuantía: Cuando el valor del producto o servicio adquirido u ofertado no supere las tres (3) Unidades Impositivas Tributarias. (ii) Por razón de materia: Cuando las denuncias versen, exclusivamente, sobre falta de atención a reclamos o requerimientos de información, métodos abusivos de cobranza, demora y falta de entrega del producto, con independencia de su cuantía. En la vía sumarísima, también se tramitan las denuncias por incumplimiento de acuerdo conciliatorio o cualquier otro acuerdo que de forma indubitable deje constancia de la manifestación de voluntad expresa de las partes de dar por culminada la controversia; incumplimiento de laudo arbitral, incumplimiento de medida correctiva, incumplimiento de medida cautelar, liquidación e incumplimiento de pago de costas y costos (DIRECTIVA UNICA

QUE REGULA LOS PROCEDIMIENTOS DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR, 2021)

Dicho procedimiento se caracteriza como su propio nombre lo detalla por su duración breve, misma la cual es de 30 días hábiles, en los cuales la primera instancia (Órgano Sumarísimo) emite el pronunciamiento de fondo con la sanción y medidas respectivas de ser el caso.

Figura 10

Procedimiento sumarísimo



4.13.1.2 Procedimiento Ordinario:

El otro procedimiento a seguirse es el procedimiento ordinario, el mismo que cuenta con un mayor plazo, así como acarrea mayores diligencias, tal como se precisa:

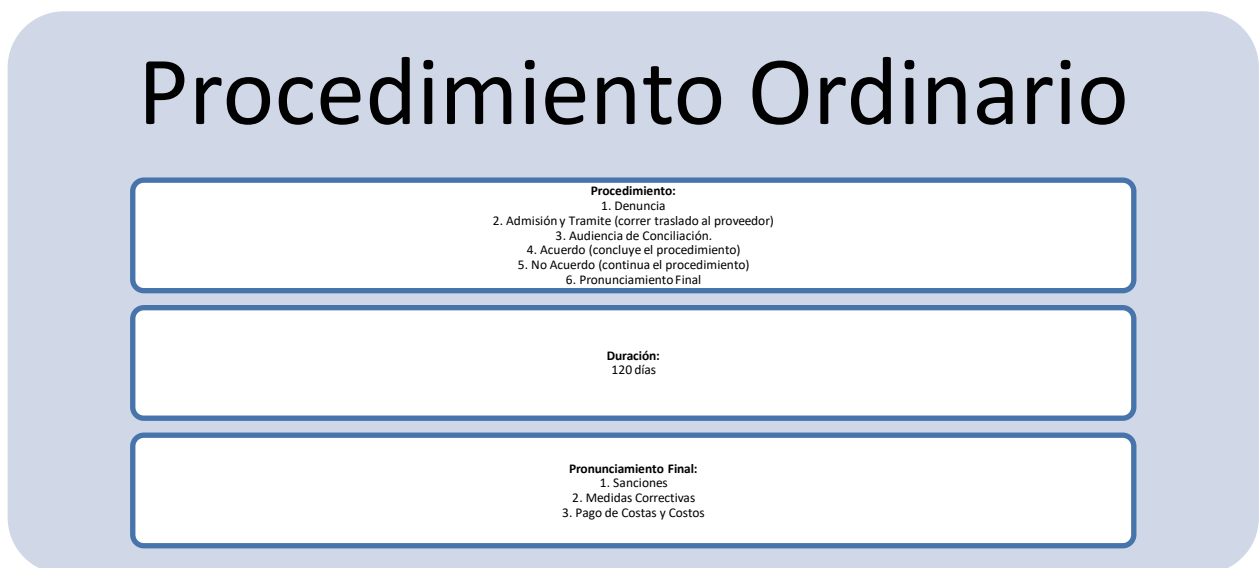
El inicio de los procedimientos ordinarios tiene lugar, en la primera fase administrativa, ante la Comisión. A través de esta vía se tramitan los procesos administrativos sancionadores que se inician, bien por denuncia individual de parte, bien por afectación de intereses colectivos o difusos de los consumidores. Las denuncias por iniciativa de parte se tramitan a través de audiencias ordinarias, atendiendo a los siguientes criterios: (i) En función del valor: Cuando el valor del bien o servicio adquirido o prestado exceda de tres (3) Unidades Impositivas Tributarias o no pueda estimarse en términos monetarios. (ii) Por razón de la materia: Cuando se trate de denuncias sobre artículos o sustancias peligrosas, actos de discriminación o trato discriminatorio. Las asociaciones de consumidores que no cumplan las normas vigentes pueden enfrentarse a sanciones administrativas, tal como se indica en los artículos 106 y 107 del Código. Estas sanciones se tramitan a través de los procedimientos ordinarios. (DIRECTIVA UNICA QUE REGULA LOS PROCEDIMIENTOS DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR, 2021)

Al contrario del procedimiento sumarísimo, este procedimiento tiene un plazo de trámite de 120 días y su pronunciamiento final abarca la imposición de sanciones, medidas correctivas y el pago de costas y costos de ser el caso. Así también, de ser necesario y de manera supletoria resulta aplicables las normativas previstas en la Ley de Procedimiento Administrativo General.

La LP. es aplicable a los procedimientos de forma supletoria, salvo en los ámbitos no cubiertos por la presente Directiva y los requisitos específicos. Las disposiciones de la Ley de Enjuiciamiento Civil son aplicables únicamente en la medida en que sean compatibles con el ordenamiento administrativo. De acuerdo con el artículo 255.5 de la LP., si una parte inicia un procedimiento administrativo, la Secretaría Técnica de la Comisión elaborará un informe final de investigación. De este informe se dará traslado a la parte, quien dispondrá de un plazo improrrogable de al menos cinco (5) días hábiles para presentar sus alegaciones. (DIRECTIVA UNICA QUE REGULA LOS PROCEDIMIENTOS DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR, 2021)

Figura 11

Procedimiento ordinarios



4.13.2 Por iniciativa de la autoridad

Se denomina así al procedimiento el cual es promovido por la autoridad competente (de oficio), ello mientras realiza sus funciones, dicho procedimiento se tramita bajo los mismos preceptos del procedimiento ordinario, es decir que su plazo es de 120 días, empero no inicia con una denuncia de parte como dicho procedimiento, sino se da origen con la notificación por parte de la autoridad al posible infractor.

2.1. La autoridad inicia el procedimiento sancionador de acuerdo con las normas del procedimiento ordinario, salvo que sea incompatible con su naturaleza o esté expresamente regulado en este capítulo. El procedimiento debe ser concluido en un plazo máximo de ciento veinte (120) días hábiles por ocurrencia. 21.2. El proceso administrativo por problemas de protección al consumidor iniciado por la autoridad se inicia con la notificación de cargos contra el posible infractor, según lo señalado en el artículo 107 del Código. (DIRECTIVA UNICA QUE REGULA LOS PROCEDIMIENTOS DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR, 2021)

4.13.3. De la Segunda Instancia

Fundándose en los principios que amparan un Estado Constitucional de Derecho entre ellos el debido proceso que a su vez abarca el principio de doble instancia en los procedimientos administrativos sancionadores en el ámbito de derecho del consumidor también se halla una segunda instancia, resultando diferente en los procedimientos administrativos sumarísimos y ordinarios.

3.1. Los procedimientos administrativos en materia de protección al consumidor se tramitan en dos instancias administrativas. (i) El Procedimiento sumarísimo inicia, en primera instancia, ante el Órgano Sumarísimo. La segunda instancia para los procedimientos tramitados por el Órgano Sumarísimo corresponde a la Comisión. (ii) El Procedimiento ordinario inicia, en primera instancia, ante la Comisión. La segunda instancia para los procedimientos tramitados por la Comisión corresponde a la Sala.

3.2. El pronunciamiento final emitido por la segunda instancia correspondiente agota la vía administrativa, y puede ser cuestionado vía la acción contencioso-administrativa ante el Poder Judicial. (DIRECTIVA UNICA QUE REGULA LOS PROCEDIMIENTOS DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR, 2021)

En ese sentido se tiene que los procedimientos administrativos en el ámbito del derecho del consumidor guardan una normativa singular, al respecto Pelaez Ypanaque (2014) precisa “no se puede afirmar que nos encontramos frente a un procedimiento administrativo en puridad; este procedimiento tiene una naturaleza particular que mezcla caracteres trilaterales y sancionadores”.

4.14. Regulación internacional de protección del consumidor

4.14.1 Dentro de la Región

4.14.1.1 Colombia

Regulación de protección del consumidor:

Constitucionalmente, en Colombia, la libertad empresarial y la iniciativa privada están protegidas dentro de los límites del bien común, pero el Estado dirige la economía. A nivel

estatal, existe el Consejo Nacional de Protección al Consumidor, que juega un papel crucial en el fortalecimiento de los esfuerzos de vigilancia y control de precios de la Superintendencia de Industria y Comercio, una organización afiliada al Ministerio de Desarrollo.

El Estatuto del Consumidor, promulgado mediante la Ley 1480 de 2011, tiene como objetivo salvaguardar, impulsar y garantizar el ejercicio irrestricto de los derechos de los consumidores. (Mincit.gov.co. , 2018)

Análisis de la protección del consumidor respecto AIRBNB

Tan pronto como deciden ir, los viajeros comienzan a buscar y alquilar casas, pisos o habitaciones a través de la red de Airbnb. Hay una razón de seguridad muy convincente por la que cada vez más personas alquilan a través de Airbnb. El hecho de que se puedan realizar transacciones bancarias, pagos en línea, reintegro de dinero en caso de cancelación, entre otros, son factores que motivan a las personas a consumir de esta plataforma. (Gonzales y Urrutia 2018)

Sin embargo, los riesgos respecto a la seguridad están presentes siempre, es así por ejemplo que un artículo de Semana en últimas Noticias de Colombia y el Mundo, sobre los esfuerzos de Airbnb para callar casos de agresiones sexuales. Según Bloomberg, una investigación revela que Airbnb estableció un sistema integral para manejar miles de informes de agresiones sexuales, como resultado de lo cual miles de delitos no se denuncian anualmente.

Según el artículo, que cita testimonios de ex trabajadores, Airbnb emplea una variedad de estrategias legales y acuerdos monetarios lucrativos para evitar litigios y daños a la marca como resultado de sus problemas de seguridad. Además, esto les hubiera permitido evitar definir la responsabilidad legal en muchas de estas situaciones. (Revista Semana.com , 2021)

Regulación para la actividad de AIRBNB

De acuerdo con el Estatuto de Protección del Consumidor (Ley 1480 de 2011), algunas obligaciones generales que, entre otras, se debe tener en cuenta al compartir un espacio:

- La información que se brinde en el anuncio debe de ser clara, veraz, suficiente, oportuna, verificable, comprensible, precisa e idónea.
- Los anuncios deben contener una descripción detallada y real de la calidad y las características del espacio que se ofrece y se desea compartir. (Airbnb, Información para anfitriones en Colombia, 2015)

4.14.1.2 Chile

Regulación de protección del consumidor:

En Chile la ley de Protección de los Derechos de los Consumidores (Ley 19.496), establece derechos y obligaciones para consumidores y empresas y entre los temas principales que regula están:

- El derecho a contar con información veraz y oportuna sobre los bienes y servicios ofrecidos, su precio, condiciones de contratación, etc., a la garantía de los productos, a retractarse de una compra y a respetar lo establecido en los contratos.
- La no discriminación arbitraria por parte de empresas proveedoras de bienes o servicios.
- La regulación de la publicidad engañosa y la eliminación de la llamada "letra chica" en los contratos.
- Facilitar la formación de las asociaciones de consumidores.

- Y favorecer las acciones colectivas cuando se vulneran los derechos de los consumidores. (Portal SERNAC, 2018)

Análisis de la *protección del consumidor* respecto AIRBNB

En Chile, el Servicio Nacional del Consumidor (Sernac), recibe los reclamos por parte de consumidores, en la pandemia debido a las restricciones se han cancelado reservas hechas en Airbnb.

Sobre ello, El director del Sernac, Lucas del Villar señaló que es "el intermediario, la empresa que da la cara con el consumidor, el que tiene que responder" y que "tienen que devolver íntegramente el dinero y no puede haber descuentos". Eso sí agregó que "estas plataformas, sobre todo las extranjeras, tienen un volumen bajo de reclamos. Establecen un mecanismo para resarcir a sus consumidores". (Bobadilla, 2021)

Regulación para la actividad de AIRBNB

Específica no existe, pero la ley de Protección de los Derechos de los Consumidores (Ley 19.496), es la que da la pauta al respecto, por ello los anfitriones deberían conocerla consultando con expertos en esta materia del derecho.

4.15 En Europa

4.15.1 España

Regulación de protección del consumidor:

España se encuentra entre las naciones pioneras de la Unión Europea en lo que se refiere a la salvaguarda de los derechos de los consumidores. La creación del Ministerio de Consumo pretendía demostrarlo. El Real Decreto Legislativo 1/2007, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios, salvaguarda los derechos de los consumidores. También es de aplicación la normativa complementaria.

Los derechos de los usuarios y consumidores quedan salvaguardados por este Real Decreto y por la legislación de protección de los consumidores aprobada por las comunidades autónomas en el ámbito de sus competencias. No obstante, no se ven afectadas otras normativas sectoriales específicas para determinados productos o servicios. (Ministerio de Consumo, 2022)

Análisis de la protección del consumidor respecto AIRBNB

Según la Comisión europea, las autoridades europeas de protección de los consumidores y la Comisión han exigido a Airbnb una serie de cambios en algunas de sus condiciones que no cumplen la Directiva sobre las cláusulas abusivas en los contratos, como la falta de transparencia de los precios, así como la distinción entre los anfitriones privados y profesionales; una vez que Airbnb haya propuesto soluciones para rectificar la situación, la Comisión y las autoridades de protección de los consumidores de la UE examinarán los cambios propuestos. Si no se consideran satisfactorios, Airbnb podría ser sometida a medidas ejecutivas.

La Directiva también estipula que las cláusulas se establezcan de manera clara y comprensible, para que los consumidores sean plenamente conscientes de sus derechos.

En lo que respecta a Airbnb, esto implica, por ejemplo, que:

- La corporación tiene prohibido engañar a los clientes mediante la elección de una jurisdicción en una nación que es diferente de su Estado miembro de domicilio;
- Airbnb no tiene autoridad para determinar unilateralmente y sin motivo válido los términos que permanecerán en vigor tras la rescisión de un contrato;
- Airbnb tiene prohibido negar a los clientes su derecho legal fundamental a presentar una demanda contra un anfitrión en caso de lesiones corporales u otras formas de daño;
- Se prohíbe a Airbnb realizar cambios unilaterales en los términos y condiciones sin notificarlo claramente con antelación a los clientes y sin darles la opción de cancelar la relación.
- Las Condiciones de Servicio no deben otorgar autoridad ilimitada y arbitraria a Airbnb en relación con la eliminación de material;
- La rescisión o suspensión de un contrato por parte de Airbnb debe ir acompañada de una explicación clara a los clientes y ajustarse a una normativa bien definida. No debe negar a los consumidores la oportunidad de recibir una compensación adecuada o la posibilidad de emprender acciones legales.
- Airbnb debe establecer una política clara y explícita sobre restitución, reembolso y aceptación de reclamaciones por daños. Esta política no debe vulnerar la capacidad de los clientes para interponer recursos legales.
- En última instancia, Airbnb deberá proporcionar un hipervínculo en su sitio web que dirija a los usuarios al mecanismo de resolución de litigios en línea (RLL). (Redazione, 2018)

En la actualidad para cumplir con la legislación de la UE en materia de protección de los consumidores, Airbnb solicita a los anfitriones que declaren si su actividad es de carácter particular o profesional.

Regulación para la actividad de AIRBNB

Específica no existe, pero el Real Decreto Legislativo 1/2007, es la norma que contiene las exigencias al respecto, además la legislación de la UE en materia de protección de los consumidores en relación a la oferta de bienes o servicios con fines comerciales a través de internet que es el caso de Airbnb.

4.15.2 Francia

Regulación de protección del consumidor:

La Ley N° 2014-344 sobre Protección al Consumidor (llamada "Loi Hamon"), y el Código Del Consumidor, son las normas que regulan el Derecho del Consumidor y la protección de sus Derechos.

Análisis de la *protección del consumidor* respecto AIRBNB

El Reglamento de Cooperación para la Protección de los Consumidores (CPC) de la UE reúne a las autoridades nacionales competentes en una red europea de ejecución. Según este reglamento, una autoridad nacional en un estado miembro puede solicitar la asistencia de su contraparte en otro estado miembro para poner fin a una infracción transfronteriza de la ley del consumidor de la UE.

Este es una institución importante que fiscaliza las actividades que vulneren los derechos del consumidor, La Red de Cooperación para la Protección del Consumidor (Red CPC) llevó a cabo una evaluación conjunta (posición común) de las prácticas comerciales de Airbnb, bajo la coordinación de la Autoridad de Protección al Consumidor de Noruega (Forbrukertilsynet), en junio de 2018. Esta acción fue facilitada por la Comisión Europea. La Dirección General de Competencia, Consumo y Prevención del Fraude DGCCRF para las autoridades francesas, examinaron la conformidad de las condiciones generales de la plataforma de reservas de Airbnb y encontraron conjuntamente varios incumplimientos de la legislación comunitaria sobre prácticas comerciales desleales y cláusulas abusivas. Señalaron así una falta de transparencia en los precios ofrecidos: todos los costes y suplementos deben aparecer desde la búsqueda inicial y no añadirse a lo largo de la reserva. Además, el consumidor debe saber si la oferta de alojamiento proviene de un particular o de un profesional. Las condiciones generales que ofrece la plataforma incluyen una serie de cláusulas abusivas. Por ejemplo, la plataforma no puede modificar unilateralmente sus condiciones generales sin informar previamente a los usuarios. Del mismo modo, Airbnb no puede tener discreción ilimitada para eliminar contenido. Tampoco debe poder determinar unilateralmente qué condiciones pueden seguir aplicándose en caso de resolución del contrato. (Gouv.fr. Ministerio de Economía, 2017)

Sin embargo, Airbnb recibió las observaciones y las corrigió, brindando información más clara en su plataforma.

Regulación para la actividad de AIRBNB

Específica no existe, La Ley N° 2014-344 sobre Protección al Consumidor (llamada "Loi Hamon"), y el Código Del Consumidor, son las normas que contiene las exigencias al

respecto, además la legislación de la UE en materia de protección de los consumidores en relación a la oferta de bienes o servicios con fines comerciales a través de internet que es el caso de Airbnb.

4.16 Economía Colaborativa de Plataforma

4.16.1 Concepto

Benavides (2016) define la economía colaborativa en dos aspectos:

Es una economía que se basa en el intercambio y la cooperación entre las personas de una sociedad. Así lo demuestra la historia de la humanidad.

La facilitación de redes y comunidades horizontales permite la cooperación y el intercambio sin restricciones. Estas redes tienen un alcance mundial debido a la transformación de las relaciones y los estilos de vida provocada por el progreso de la tecnología de la información.

Es decir, es aquella empresa que sin tener un posicionamiento real tiene el mayor grupo de establecimiento a nivel local, nacional y mundial. Además, Bulchand (2018) afirma que:

La economía colaborativa comprende varias modalidades de intercambio de productos o servicios, facilitadas por plataformas en línea. Estos tipos de comercio incluyen un amplio abanico, que va desde los casos en los que compartimos por el mero placer de hacerlo hasta los casos en los que nuestro objetivo principal es buscar un beneficio económico.

La economía colaborativa, como la define la Revista Semana (2016), se refiere a "un sistema económico en el que las plataformas digitales facilitan compartir e intercambiar productos y servicios" (p. 34). Por otra parte, Martínez (2018) menciona que la economía colaborativa consiste en aprovechar las nuevas tecnologías para facilitar el acceso a diversos bienes o servicios infrautilizados económicamente a un coste mucho menor que el que se correspondería de la utilización del sistema tradicional.

Esta economía funciona sobre los principios básicos de la colaboración, la interacción directa entre iguales y el diálogo continuo entre consumidores y vendedores. El objetivo es lograr beneficios mutuos para todas las partes implicadas en la transacción, permitiendo a los consumidores encontrar fácilmente bienes o servicios que se ajusten exactamente a sus necesidades. (Villaveces, 2016)

4.16.2 Evolución histórica

El advenimiento de las economías colaborativas se ha debido a varias razones, que han provocado su rápida expansión y han revolucionado los mercados.

Al respecto Domenech (2015) refiere:

El principal catalizador ha sido la proliferación de las tecnologías de (Baltazar, 2007) comunicación y su ubicuidad en la existencia cotidiana. Internet facilita el contacto global entre millones de individuos que buscan y ofrecen determinados servicios, independientemente de su ubicación geográfica. A la inversa, los teléfonos móviles proporcionan acceso instantáneo a Internet, geolocalización y transmisión de imágenes en tiempo real. Estas aplicaciones pretenden ser totalmente sencillas, permitiendo el acceso a una amplia gama de

bienes y servicios a todos los usuarios. Además, se están desarrollando sistemas de pago digitales para permitir de forma segura el intercambio de valor por los servicios prestados.

Para ilustrar el desarrollo de esta economía emergente, consideramos la perspectiva de Villaveces (2016), quien demuestra que, desde principios de la década de 2000, la convergencia de las demandas económicas de los individuos y los avances tecnológicos ha fomentado y facilitado la evolución exitosa de diversas formas de consumo colaborativo.

El concepto de "economía colaborativa" puede remontarse a las primeras etapas de la civilización humana durante la era posterior a la escritura. En el año 1100, la economía colaborativa de China se basaba en intermediarios especializados en la búsqueda de pareja por motivos matrimoniales. Del mismo modo, en la antigua Grecia había individuos que participaban en la compraventa de grano, lo que presagiaba el desarrollo de los mercados medievales.

La economía colaborativa puede definirse como una idea comercial que implica el intercambio de bienes y servicios entre individuos que tienen necesidades específicas, sin depender de firmas o empresas convencionales. En su lugar, estas necesidades se satisfacen a través de la voluntad de otros usuarios de dar o compartir el servicio deseado.

Sin embargo, sus orígenes históricos pueden remontarse a formas más contemporáneas. Un ejemplo de ello son los "clubes de trueque", que se crearon en Argentina con el inicio de la crisis de 2001. Estas entidades servían de mediadoras para facilitar el intercambio de productos y servicios entre las personas. Estos clubes funcionaban mediante un sistema de trueque, en el que los miembros intercambiaban artículos o servicios entre sí en lugar de utilizar dinero. El club intermediario se encargaba de garantizar un espacio suficiente, determinar los precios de

los productos y servicios ofrecidos y distribuir los vales que representaban estas ofertas. En otras palabras, supervisaba la gestión de los prosumidores. Tenían personalidad jurídica e identidad fiscal, lo que les hacía responsables de las obligaciones fiscales asociadas a sus operaciones. Durante ese período, la actividad tuvo un importante crecimiento, con un total de cinco millones de socios distribuidos en más de cinco mil clubes en Argentina. (Videla, 2020)

La llegada de las nuevas tecnologías no ha hecho más que facilitar la intermediación a los prosumidores. Esta cuestión se evidencia en un reciente emprendimiento para digitalizar la administración de los propios clubes de trueque. En 2019, la prensa informó que la Universidad Nacional de Cuyo y el Observatorio de la Riqueza Padre Arrupe colaboraron en un proyecto para crear una moneda virtual similar a una criptomoneda. Esta moneda virtual, junto con un monedero virtual, fue diseñada para facilitar el intercambio de bienes y servicios entre prosumidores. El objetivo es que los participantes realicen sus transacciones mediante una aplicación móvil compatible con iOS y Android. Esta aplicación les permitirá conectarse fácilmente con otros interesados y realizar pagos utilizando la moneda virtual. Se cobrará una comisión de 0,50 dólares por cada transacción realizada con éxito.

Este es un ejemplo destacado de la integración de las tecnologías de la información en las actividades cotidianas y empresariales de la población. Sin embargo, no es el único. La proliferación de estos medios digitales se produce rápidamente siempre que existe una necesidad o surge un nuevo participante con la intención de satisfacerla. En pocas palabras, el consumo colaborativo existe desde hace tiempo como medio para ofrecer servicios y distribuir artículos sin ánimo de lucro. Sin embargo, el auge de las startups ha ampliado el consumo colaborativo a escala mundial.

La economía de plataforma surgió como resultado de las economías colaborativas y la creciente virtualización de nuestras actividades cotidianas, facilitada por Internet y los gadgets habilitados para Internet. Las herramientas de software virtuales o digitales que prestan servicios económicos pueden describirse como fintech. La economía colaborativa experimenta un importante compromiso dentro de este sector. La economía de plataforma sirve de instrumento general, mientras que la economía colaborativa es la principal usuaria de este mecanismo virtual, pero no la única. (Fernández, 2020)

El actual auge del movimiento de consumo colaborativo ha dado lugar a un importante cambio cultural y económico en el comportamiento de los consumidores. Sin embargo, este cambio de comportamiento fue notable y se amplificó debido a la transición de un contexto de consumo personalizado a modelos emergentes impulsados por los medios sociales y plataformas que incluían a millones de individuos, lo que condujo al posterior crecimiento económico de esta tendencia.

El proceso de desarrollo persistió durante el inicio de la crisis de 2008, que supuso el colapso gradual del sistema financiero mundial. Al mismo tiempo, la economía colaborativa cobró impulso, impulsando la expansión anual de múltiples aplicaciones de consumo en distintos sectores industriales. El notable avance de esta economía ha llevado a la revista Time a reconocerla como uno de los 10 conceptos transformadores que revolucionarán el mundo. Así lo corrobora el hecho de que las investigaciones realizadas en todo el mundo sobre plataformas de economía colaborativa hayan crecido exponencialmente, habiéndose multiplicado por siete en los nueve primeros meses de 2015 en comparación con la totalidad de 2013. La trayectoria ascendente no muestra signos de disminuir, ya que las proyecciones indican que este sector económico concreto generará la asombrosa cifra de 235.000 millones de dólares en 2025. (Revista Semana, 2016)

4.16.2.1 Respecto al concepto de sociedad en red, Castells (2006) advierte que es:

La organización por parte de una sociedad en correlación y uso de las tecnologías de la información y la comunicación. La misma se diferencia por la interconexión global de las personas mediante las redes digitales, lo cual pues significa descentralización, adaptación y flexibilidad en proceso que involucran áreas como lo son la política, economía y cultura. En ese sentido la sociedad en red debe entenderse como la interrelación entre las nuevas tecnologías de la información y la intención de la sociedad de reestructurarse mediante la distribución del poder con el uso de dichas tecnologías.

En ese contexto, el Doctor Manuel Castells (2024) ha llegado a erigir la noción de ciudad digital, misma que significa:

Una ciudad que se funda en la integración de las tecnologías de la información y comunicación (TIC) a su entorno, enfocando su uso y aprovechamiento para mejorar la vida cotidiana de los ciudadanos, optimizar los servicios públicos hasta su perfeccionamiento e impulsar el desarrollo económico y social. Entendiéndose que una ciudad digital surge de la necesidad de cualquier ciudad de evolucionar y adaptarse a las nuevas tecnologías que implican el estudio y aprovechamiento del internet de las cosas (IOT), inteligencia artificial, redes sociales con el fin de crear una sociedad más sostenible, descentralizada, conectada y eficiente.

Un claro ejemplo del surgimiento de las ciudades digitales se da en la mercantilización de la vivienda, advirtiendo que el concepto de la misma ha evolucionado para convertirse ahora en un bien de mercado que está sujeto a la oferta y la demanda, el cual mediante las tecnologías digitales se ha establecido aún más en la población mundial, ello mediante el uso de las economías colaborativas tales como la plataforma que es materia de estudio en el presente trabajo de investigación "AIRBNB"; por lo cual resulta un desafío significativo que en la presente es

abordado desde una óptica de los derechos del consumidor y si su utilización significa competencia desleal con el sector hotelero-

4.16.3 Denominaciones

A este fenómeno se le pueden dar diferentes nombres desde un principio: “Se llama: economía colaborativa, producción cooperativa, consumo cooperativo, economía de acceso, producción entre pares, malla y producción colaborativa entre pares” (Allen & Berg, 2014), en general. Su enfoque empresarial se centra en el nivel del sistema, es decir, en los aparatos móviles e Internet, que son avances técnicos. (Zupan, 2018). No obstante, otra cohorte de escritores destaca el hecho de que este marco particular ha existido durante un largo periodo, ya que los individuos se han dedicado históricamente al trueque de productos y servicios sin depender de la tecnología ni de las transacciones monetarias. (Stenler, 2017).

4.16.4 Sitios digitales de la economía de Plataforma

La "economía colaborativa" es una economía que promueve el intercambio de bienes y servicios entre personas, y la "economía de plataforma" es una economía que opera a través de un servicio digital donde la economía colaborativa encuentra su mayor desarrollo. Se utilizan muchos términos para nombrarlos, los términos en español e inglés se usan indistintamente: "economía compartida", "sharing economy", "costo colaborativo", "consumo colaborativo" y nos referiremos a ellos por estos términos.

Debido a su enorme popularidad, vale la pena mencionar algunos ejemplos de plataformas que forman parte de nuestro día a día, haremos una breve lista de algunas de las actuaciones en España y Latinoamérica:

- Lendi: Diseñado como una plataforma para facilitar el intercambio de artículos entre personas del barrio. El objetivo es poner en contacto a vecinos que son propietarios del local y otros pueden alquilarlo, por lo que a través de esta herramienta disponible en España es posible realizar préstamos para dama, herramientas y otros accesorios que se usan por un corto período de tiempo.
- Socialcar: Fomenta el uso de servicios de alquiler de automóviles entre particulares. El sitio web ofrece la opción de alquilar un coche al propietario, así como la de alquilar el propio vehículo.
- Verkami: Trabajamos con plataformas de crowdfunding. El objetivo es conectar personas u organizaciones dispuestas a financiar proyectos interesantes. Los proyectos terminados y los proyectos en curso se muestran en su sitio web. Los proyectos tienen una variedad de temas, pero siempre se refieren al bien público: publicación y financiación. apoyo a proyectos artísticos u otras actividades de carácter benéfico. Está libre de la intermediación financiera tradicional e incluye la comunicación con los promotores de proyectos que buscan capital a través de la emisión de valores y participación social o mediante el uso de préstamos de inversores o financiadores que buscan un retorno de la inversión.
- Chicfy: esta plataforma se anuncia como un gran mercado de ropa usada. Puede comprar ropa y accesorios con mucho menos desgaste y precios más bajos que en los mercados tradicionales.
- Go-popup: Esta es una herramienta que conecta a los propietarios de bares u otros lugares públicos con los comerciantes que necesitan un lugar para hacer negocios, pero por un corto período de tiempo (tiendas Pop Up).

Gracias a estas estrategias empresariales innovadoras, los individuos tienen ahora acceso a productos y servicios que antes no estaban disponibles. Esto implica que la economía dominante se considera eficiente en el uso de los recursos, lo que da lugar no sólo a la aparición de nuevas perspectivas empresariales, sino también a la promoción de ideales como el consumismo sostenible, el fomento de la confianza entre personas desconocidas y la mejora de las conexiones sociales dentro de las comunidades.

Además, cabe señalar que el uso de plataformas electrónicas ofrece la posibilidad de inclusión ilimitada de candidatos y postulantes. Esto, junto con la capacidad de construir relaciones en tiempo real, permite contratar servicios justo en el momento en que se necesitan, por lo que se puede acuñar el término 'economía bajo demanda', que significa servicios bajo demanda, para referirse a estas plataformas.

Para comprender completamente el desarrollo de la economía colaborativa amigable con la plataforma, es importante considerar qué modelos de negocios son dominantes actualmente y qué plataformas proporcionan la infraestructura técnica:

- P2P: (modelo peer-to-peer: red entre pares o red entre iguales). El sistema funciona sobre una red de organizaciones e individuos interconectados que tienen intereses similares, lo que da lugar a una relación directa entre productores y consumidores sin intermediarios. Además, debido a su uso de un enfoque empresarial de igual a igual, las organizaciones de plataforma facilitan el uso compartido o el alquiler de activos técnicos entre los usuarios. Esto desafía la noción convencional de autoridad transitoria o provisional.

- B2C: (modelo B to C: modelo business to consumer). Esta estrategia aprovecha las nuevas capacidades tecnológicas para facilitar el acceso de los consumidores a la oferta de las empresas.
- B2B: (modelo B to B: business to business) Las empresas, como los fabricantes, crean maquinaria o prestan servicios a otras empresas. Al adoptar este enfoque, las organizaciones pueden ahorrar costes asociados a la adquisición de equipos costosos o a la contratación de personal especializado.

Normalmente, la relación entre las plataformas y la economía colaborativa es de igual a igual (P2P), aunque muchas plataformas también utilizan métodos de empresa a consumidor (B2C) y de empresa a empresa (B2B). El modelo P2P facilita la conexión de pares de empresas o personas que tienen un deseo mutuo de comerciar, lo que constituye un aspecto definitorio de la economía colaborativa. Sin embargo, la clasificación de P2P puede variar en función de las características específicas de los bienes y servicios que se ofrecen:

- Intercambio social P2P: Actualmente estamos hablando de plataformas de crowdfunding que permiten a personas con ideas específicas recaudar fondos para hacer realidad sus sueños. Este es el modelo de la plataforma Verkami del que hablábamos anteriormente.
- Finanzas P2P: Estas plataformas están diseñadas para que los usuarios tomen prestado o presten dinero, la plataforma se queda con un pequeño porcentaje del valor de la transacción. Entre estos tipos encontramos Lending Club y PayPal que son los más extendidos.
- Compras P2P: Esta categoría incluye plataformas como: Mercado Libre, Amazon, eBay y Alibaba. Esto es lo que llamamos "comercio electrónico" y crea una relación directa entre compradores y vendedores.

- Servicios P2P: Los pagos por la ejecución de una orden se realizan a los usuarios de la plataforma, quienes reciben un pequeño porcentaje del pago a modo de “comisión”. En este contexto, tenemos las plataformas Cabfi, Airbnb y Uber que hoy en día están muy extendidas.
- Intercambio de archivos P2P: algunas plataformas peer-to-peer ofrecen versiones gratuitas para servicios básicos: Dropbox, WeTransfer y Canva..

Los retos de hoy La economía y el derecho se enfrentan desde hace unos años a retos extraordinarios. Y apuntamos que el tiempo en nuestro medio es muy corto, pues si bien la primera demostración la tuvimos hace algunos años (o décadas), nos obliga el rápido aumento del número de plataformas, que hoy en día aumenta su prevalencia entre los usuarios. .

Dediquémonos a examinar algunas de las implicaciones legales Los aspectos fiscales y laborales plantean más dudas y disputas Las redes de plataformas y el espectáculo de economía colaborativa plantean muchas preguntas Por lo tanto, es necesario analizar primero sus ventajas y desventajas La economía colaborativa es, por un lado, mano, ahorro para los usuarios: ya no tengo que comprar solo pedir prestado. Lo mismo ocurre con un vestido de novia o el alquiler de una oficina donde trabajo a tiempo parcial. Compartir información reduce el entusiasmo del consumidor por bienes que son relativamente necesarios, y luego ahorra recursos económicos del hogar.

4.16.5 Principios de la economía colaborativa

Primero, hay una masa crítica, se refiere al momento en que la intención colectiva de los usuarios de participar en el sistema se hace visible en la comunidad. Pero no se trata solo de lograr una alta demanda y oferta, también se trata de mantener a los participantes en el

sistema y crear redes que generen un uso reiterado y fidelización para que los nuevos usuarios sientan la necesidad de incorporarse al sistema (Serpa y Silva, 2016).

En segundo lugar, la capacidad ociosa tiene como objetivo maximizar la utilidad de los activos ociosos, ya que permiten a los propietarios generar ingresos adicionales a partir de ellos. (Serpa y Silva, 2016).

En tercer lugar, la economía colaborativa no solo busca acabar con la economía, sino también resolver problemas a nivel social. Así, se refiere a una creencia en general, debido a una brecha de acceso que impide a los consumidores obtener un determinado producto o servicio.

En cuarto lugar, la confianza entre extraños es fundamental porque “estas plataformas deben autorregularse para que los usuarios puedan personalizar las funciones que se ofrecen en el sitio”. (Serpa y Silva, 2016).

4.16.6 Factores del surgimiento y desarrollo de la economía colaborativa

La primera está relacionada con la variable económica porque está relacionada con la condición económica del país, es necesario evaluar si el país está enfrentando una crisis y cómo se percibe su economía. Según una investigación de Euromonitor, el crecimiento de la economía colaborativa "surgió de la reciente recesión y de la cultura financiera a la que se enfrentaron sus ciudadanos, razón por la cual la economía colaborativa se considera una respuesta a la hipérbole anterior a la crisis" (Euromonitor, 2014 citado en Serpa y Silva 2016, p.5).

Cuando los individuos perdieron su empleo en la crisis financiera de 2007-2008, muchos recurrieron a las plataformas en línea para localizar otros nuevos (Gorog, 2018). Sin embargo, el hecho de que una nación esté estable o atraviese una crisis determina el crecimiento de las plataformas digitales. Esto se debe al hecho de que las naciones en tiempos de estabilidad son más propensas a innovar y sobrevivir, mientras que las que experimentan crisis son más propensas a recortar gastos. La solución que puede aportar la economía colaborativa puede encontrarse en ambas circunstancias. (Serpa y Silva, 2016).

También se hace hincapié en los aspectos tecnológicos. Esto demuestra que la mayoría de las personas se sienten cómodas comprando con tarjeta de crédito. Es crucial tener en cuenta que esta opción de pago es compatible con la mayoría de los minoristas en línea. La tecnología también desempeña un papel importante, ya que facilita la distribución de los artículos del mercado y aumenta su accesibilidad. (Euromonitor, 2014 citado en Serpa Silva 2016). De igual forma, el desarrollo de las redes móviles permite a los consumidores realizar diversas transacciones a través de la geolocalización, independientemente del lugar donde se encuentren, con información relevante y adecuada para la toma de decisiones en tiempo real. Por lo tanto, el desarrollo de los teléfonos inteligentes ha tenido un gran impacto en este campo(Serpa y Silva, 2016).

Finalmente, los factores culturales indican si la sociedad acepta la economía colaborativa como generadora de crecimiento. Por lo tanto, depende del estado de ánimo social de la sociedad de destino. Además, la conciencia del consumidor sobre la "desestabilización de la economía basada en el crecimiento del consumo final" ha ido en aumento en los últimos años. (Euromonitor, 2014 citado en Serpa y Silva 2016).

4.16.7 Agentes en las economías colaborativas

Menciona Tupayachi (2019) que los sujetos o agentes intervinientes en las economías colaborativas se muestran:

- i) Proveedores de servicios que comparten dinero, recursos, tiempo que puede ser informal o profesional dependiendo de la experiencia
- ii) Usuarios del Servicio
- iii) Los dos intermediarios o plataformas anteriores que se conectan a través de servicios en línea y por lo tanto facilitan la realización de la transacción tienen un rol puramente transaccional limitado al emparejamiento activo o la integración.

En el caso de estos últimos, según el nivel de intervención, el número de funciones que realizan son: 1) la posibilidad de presencia de la plataforma a través de la web o aplicación móvil, 2) transmisión electrónica, previendo los mecanismos necesarios para su implementación. , 3) proporcionar mecanismos de reducción del riesgo de confirmación. (Alfonso, 2016, p. 240)

Este modelo forma el modelo básico del intercambio de CC, sin embargo, como señala Alfonso, hay diferentes niveles de participación de las plataformas, ya sean las plataformas simplemente intermediarios o cooperativas, ¿lo son o no? Los planes de clase son importantes. Si bien es necesario un análisis detallado de esto, los altos niveles de participación comercial (precios, políticas de cancelación, seguros y responsabilidad civil) pueden no solo ser una plataforma intermediaria, sino también un soporte web y el uso de medios electrónicos tradicionales.

4.17. AIRBNB

Airbnb (abreviatura de Air Bed and Breakfast) nació en 2008 como una plataforma de alojamiento peer-to-peer en Estados Unidos, con sede en San Francisco (California, EE. UU.). Actualmente publica más de 4 000 000 de anuncios en todo el mundo en 165 000 ciudades y 191 países, superando las ofertas combinadas de las cinco principales cadenas hoteleras.

4.17.1 Concepto

Está definido como un mercado social basado en la confianza donde las personas publican, acceden y documentan ubicaciones específicas en todo el mundo, ya sea a través de una computadora, tableta o teléfono móvil, para que las personas puedan encontrar sus habitaciones. Facilita a los viajeros alquilar o casas vacías. residencia. (Alfonso, 2016)

4.17.2 Modelo organizacional

Según la propia Airbnb (2018), la principal motivación para hospedar de esta manera es la forma abierta de ganar más dinero, que proviene de recursos sin explotar como en este caso habitaciones libres. Compartiendo, otras casas, siempre. Controle la disponibilidad, los precios, las reglas de la casa, los horarios de entrada y salida, e incluso cómo interactúa con los huéspedes.

Fernández (2016) mencionó que la empresa basa su negocio en tres pilares:

- a. Seguridad: Verificación de identidad del participante, pago diferido, cobertura de seguro por posibles daños causados por huéspedes, cancelación de póliza, compensación, chantaje, reembolsos, resolución de disputas o costos adicionales.
- b. Reputación: Proporciona información fiable a los huéspedes potenciales dotando a sus perfiles de usuario de un sistema de valoración y reputación.
- c. Comunicación: intercambio continuo de información entre las partes, servicio al cliente las 24/7.

4.17.3 Tipos de anfitriones en el Airbnb

Menciona (Gil, 2018) en el Airbnb existen distintos tipos de anfitriones:

1. Anfitriones esporádicos: personas que hospedan de manera puntual a lo largo del año en su primera residencia;
2. Anfitriones permanentes: personas que hospedan de manera continua a lo largo del año, en su primera residencia;
3. Anfitriones profesionales: personas que alquilan viviendas en el mercado residencial, para subalquilar las habitaciones o la vivienda en Airbnb, y;
4. Anfitriones inversores: personas que extraen vivienda del mercado residencial para alquilarla en Airbnb.

Agrega Schor (2016) con respecto a la plataforma Airbnb, como consecuencia de su explosivo crecimiento, han generado batallas normativas y políticas. En Europa, a medida que se vaya expandiendo es posible que sus prácticas estén integradas en el contexto político, regulatorio y social, a fin de que esté más en sintonía con los valores declarados de equidad,

sostenibilidad, apertura y cooperación. En el caso América latina, se le utilice para aliviar la pobreza, seguridad social, siempre y cuando se dio un contexto que lo propicie, un contexto cooperativo y orientada la comunidad.

4.17.4 Ámbito Turístico

Habiéndose desarrollado la concepción de las economías colaborativas y la conceptualización del aplicativo AIRBNB, es menester desarrollar a grosso modo el panorama respecto al ámbito turístico y su regulación nacional, puesto que dicho aplicativo desde sus inicios apunta como público objetivo a los turistas, que buscan formas de alojamiento con más accesibilidad tanto en lo económico como de holgura.

Según la Organización Nacional de Turismo, el turismo es un acontecimiento polifacético que incluye aspectos sociales, culturales y económicos, e implica el desplazamiento de individuos de su lugar habitual de residencia por motivos personales o empresariales/profesionales. (Organización Mundial de Turismo, 2023)

Ahora, el caso específico de AIRBNB resulta un paradigma de revolución en el ámbito turístico, puesto que cambia ese fenómeno de movimiento de personas llegando a situar mediante un aplicativo móvil ya no solo en un hospedaje y hotel; destacándose que a la fecha en nuestro país si bien se denota la relación estrecha entre AIRBNB y el turismo, aún el organismo público a cargo de la promoción y regulación del turismo peruano no ha presentado una respuesta legislativa sobre esta aplicación.

Se puede entender que la economía colaborativa no es más que una continuación de la revolución tecnológica que está experimentando la industria turística, cuyo carácter transversal, unido al elevado número de demandantes, la convierte en un campo de pruebas, aplicación y

desarrollo de numerosos avances tecnológicos. (Moreno Izquierdo, Ramon Rodriguez, & Such Devesa, 2016)

Sin embargo, si bien no se cuenta con una respuesta legislativa ante tal aplicativo, no significa que el propio turismo no se encuentre regulada en nuestro país, por el contrario, se cuenta con una normativa denominada Ley General del Turismo – Ley 29408 que tiene como objetivo “promover, incentivar y regular el desarrollo sostenible de la actividad turística” (Ley N° 29408, 2009).

Denotándose a su vez que el órgano público a cargo de su desarrollo es el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR), quien tiene como fin primordial respecto al turismo la aprobación del Plan Estratégico Nacional de Turismo (PENTUR), al respecto el Artículo 11 de la Ley General de Turismo que fue posteriormente modificada por la Ley 30753 precisa:

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo aprueba y actualiza el Plan Estratégico Nacional de Turismo (PENTUR) dentro de las políticas de Estado, como instrumento de planeamiento y gestión del sector turismo de largo plazo en el ámbito nacional. El proceso de elaboración y actualización del Plan Estratégico Nacional de Turismo (PENTUR) es liderado por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo con la participación del gobierno nacional, los gobiernos regionales, gobiernos locales, el sector privado y la sociedad civil. (Ley N° 29408, 2009)

Dicho plan consiste en la estructuración y organización de las políticas del estado en el ámbito turístico a largo plazo, teniéndose a la actualidad el Plan Estratégico Nacional de Turismo 2025, donde se precisa la coyuntura del país en el ámbito turístico precisándose:

El turismo es una actividad económica que ha presentado un crecimiento sostenido en llegadas de turistas internacionales, con un promedio de crecimiento mundial anual de 4,5% entre el 2011 y el 2015; por lo que es visto hoy en día como uno de los sectores económicos más estables a nivel mundial. (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2016)

Y es más se hace una precisión respecto a un segmento de turistas por el estilo de vida denominados Millenials y precisan que son “Son los nacidos entre 1979 y 1995 (18 a 34 años de edad) y se caracterizan por haber internalizado en su vida cotidiana la tecnología” denotándose su conexión de dichas personas con la tecnología mas no adentrándose en dicho ámbito, el cual pues abarca la economía colaborativa y entre ella la plataforma AIRBNB, por lo que si bien se ha reconocido a este tipo de turistas aún no se precisa a detalle o se tiene como objetivo a corto plazo la regulación de dichas plataformas digitales.

Los millennials son personas intrépidas que buscan activamente lugares desconocidos e inexplorados. La generación actual tiene una fuerte inclinación hacia la exploración, buscando ampliar sus horizontes sumergiéndose en otras culturas y aliviando el estrés mediante una ruptura de sus rutinas habituales. Tienen preferencia por la economía colaborativa y las plataformas P2P (peer to peer) como Airbnb (para el alojamiento), Uber (para el transporte) y Feastly (para la comida). (Fonseca Saldaña & Estela Estela, 2020)

Ahora, si bien se incide en el ámbito normativa, tampoco el mismo debe entenderse como un concepto negativo, haciendo mención a la Municipalidad Distrital de Miraflores que emitió la Ordenanza N° 561/MM, misma que plantea una prohibición del alquiler de departamento en periodos cortos, sector del cual se nutre la plataforma AIRBNB.

La zonificación residencial limita estrictamente el uso de los complejos de viviendas plurifamiliares a fines exclusivamente residenciales, prohibiendo su uso como residencias rotatorias, alquileres vacacionales o alojamientos. (Ordenanza N° 561/MM, 2021)

Dicha normativa prohíbe que el propietario de cualquier inmueble pueda contratar a través de AIRBNB, no incluyendo ningún plazo y siendo vigente hasta la fecha, afectando el desarrollo turístico del distrito de Miraflores, por lo que la misma no debe tenerse como un ejemplo de legislación por el contrario dicha normativa transgrede el objetivo de la Ley General del Turismo que busca la promoción y expansión de dicho sector.

A contrario sensu de la ordenanza N° 561/MM, se denota que si bien el comprender en nuestra legislación las economías colaborativas como la plataforma AIRBNB, si se tiene atisbos con miras a un objetivo a largo plazo de regular dicha plataforma de forma positiva y no solo beneficiar el sector turístico sino también del propio consumidor, al referirnos a estos atisbos se precisa que a la fecha Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) ya cuenta con un borrador del proyecto de Reglamento para el servicio de hospedaje en viviendas o departamentos de uso turístico, misma que como se ha precisado solo es un borrador, pero nos da luces que la plataforma AIRBNB llegara a ser materia de regulación.

4.17.5 Iniciativas legislativas de AIRBNB

Al respecto, Aguilar (2018) agregó que en nuestro país solo se han introducido tarifas para regular las actividades relacionadas con las plataformas intermediarias de servicios de taxi como UBER, Cabify, Taxi Beat, etc., las cuales los conductores provocan diversos delitos, presentó los siguientes servicios:

- Proyecto de Ley 1505/2016-CR, que propone autorizar al Ministerio de Transportes y Comunicaciones para crear la Autoridad Autónoma de Transporte Urbano de Lima y Callao, en adelante AATU, que establece normas generales para promover la colaboración, la sostenibilidad y el crecimiento de un eficiente sistema de transporte público entre Lima y Callao.
- Proyecto de Ley 2218/2017-CR, que propone reconocer como necesidad pública y patriótica, la creación a nivel nacional de Autoridades Únicas Provinciales de Transporte Urbano a nivel nacional, con carácter autónomo, órganos reguladores, administradores, inspectores y sancionar en esta materia de conformidad con el sistema regional.
- Proyecto de Ley 2687/2017-CR, que propone la creación de una sola agencia nacional de transporte, de acuerdo con las necesidades y prioridades públicas, para gestionar la planificación, regulación y control integral de los servicios de transporte urbano y una entidad legal independiente
- Proyecto de Ley 3351/2018-CR, que propone “una ley que regula los servicios de taxi a través de aplicaciones técnicas para dispositivos móviles de Internet”.
- Proyecto de Ley 3456/2018-CR, que propone garantizar la seguridad, especialmente para las mujeres, en los servicios de taxi operados por empresas con plataformas tecnológicas centralizadas.
- Proyecto de ley (acumulativo) denominado: “Ley que Regula a las Empresas Administradoras de Plataformas Tecnológicas de Intermediación de Servicios de Transporte Especial – Taxi por Aplicativo y crea el Registro Nacional”.

Entre los proyectos más importantes tenemos:

a. Proyecto de Ley N° 1505/2016- CR.

Con fecha 8 de junio de 2017 fue presentado por el congresista Miguel Ángel Elías Ávalos ante el Congreso de la República el proyecto de ley número 1505/2016 CR, denominado “Proyecto de ley que crea y regula el servicio privado de transporte a través de plataformas tecnológicas”.

La definición de plataformas tecnológicas del apartado 2 es relevante para este análisis, en la medida en que actúen como intermediarias de los servicios de transporte de viajeros, en la medida en que el texto del Reglamento se considere conforme a la misma. Según los servicios intermedios que prestan, es el siguiente:

“(…) La prestación de servicios de transporte privado se facilita mediante el uso de plataformas tecnológicas o aplicaciones virtuales. Estas plataformas permiten la interacción directa entre particulares que ofrecen servicios de transporte privado y usuarios que desean contratar dichos servicios para sí mismos”.

Sobre los requisitos básicos para brindar este servicio en nuestro país, esta plataforma establece que el artículo 4 debe tener una oficina administrativa en nuestro país, una central telefónica (24 horas) y tener personería jurídica y contribuyentes locales. También los artículos 5 y 1. Establecer un registro nacional de plataformas técnicas para los servicios de transporte privado y establecer la obligación de registrar las plataformas en el mismo.

En este sentido, el artículo anterior describe el tipo de servicio que brinda Uber, toma una posición neutral, es importante señalar que no es un servicio de taxi en sí mismo, y cabe señalar que este proyecto ofrece su creación de plataformas. Registro, que brinda servicios de

taxi: Dependiendo de la licencia de conducir, ITV y otros requisitos de la plataforma que determina, no está completamente claro si el seguro de locales privados. como geografía, modos y aplicaciones, para entender la naturaleza de las vías, tarifas y otros impuestos para los viajeros, como los requisitos por primera vez como personas jurídicas peruanas y comprobantes de pago, en nuestro país tributario, por lo que a través de este proyecto su servicio Las plataformas del país quisieran ofrecer una conversión a "familia", que no solo sea una respuesta al tema fiscal de Ariana, sino también a la situación legal actual en Perú, a todos. En este caso se aplicará la normativa vigente en la sección.

Otro punto claro es que especifica el tipo de servicio que brindan estas plataformas, pero no queda claro porque la definición de servicio de intermediación utiliza el concepto de entrega de servicio de taxi, que hace referencia a su plataforma. El numeral 3 establece: “Estas propuestas son servicios de transporte privado basados en el uso de plataformas tecnológicas o aplicaciones virtuales, y en la práctica se limitan a brindar servicios de intermediación entre usuarios comunes”.

El efecto tributario que constata este proyecto es que obliga a las asociaciones a radicarse en el país y las convierte en títulos nacionales obligados al pago del impuesto a la renta, por otro lado, determina el aspecto material del hecho imponible del caso. Para financiación -servicios de arbitraje- situación en la que se grava la ganancia en base a la comisión pagada a los taxistas y no al monto total del viaje.

En conclusión, notamos que este proyecto no reconoce la verdadera naturaleza de tales servicios, es decir, intenta organizarlos como empresas de transporte privado, cuando no cumplen con todos estos criterios. Como se dijo en el caso de Uber, puede ser cierto, todavía

se habla de un medio de transporte basado en tecnología, sin embargo, será más difícil de implementar en Perú porque hay otras opciones reales de asociación económica.

El proyecto tiene un claro propósito político similar a los comentarios públicos que responden a las preocupaciones de quienes intentan crear más seguridad para este tipo de programas y los taxistas que enfrentan competencia desleal. En lugar de referirse a un estudio integral del problema entre estas observaciones, incluso se toma prestado de las leyes de Chile y Brasil, lo que indica el ajuste del caso.

b. Proyecto de Ley N° 2218/2017- CR.

Presentado en fecha 06 de diciembre de 2017 por el congresista Roy Ventura Ángel bajo el título de “Ley que regula el servicio de entidades administradoras de plataformas tecnológicas que ofertan aplicativos de interconexión con la contratación del servicio de taxi”

El proyecto descrito anteriormente, de la misma manera que la reseña antes expuesta, es fruto del populismo y la innovación, ya que su diseño depende casi exclusivamente de aspectos relacionados con la seguridad, junto con aspectos igualmente importantes como el laboral. y el régimen fiscal aplicable a dichos servicios.

La definición del tipo de servicios que prestan estas plataformas se queda corta, limitándose a subrayar la importancia de los servicios informáticos para el contrato de servicios de transporte entre el operador y el consumidor, y calificando a estas plataformas de "plataformas tecnológicas" en relación con la jurisdicción en la que operan, y requiere que sean miembros del “Registro Nacional de Entidades Administradoras de Plataformas Tecnológicas”, similar a la jurisdicción del Ministerio de Transportes y Comunicaciones o si sólo se aplica a aplicaciones u otras aplicaciones.

Las normas antes mencionadas establecen entonces los requisitos o requisitos para la adecuada prestación de los servicios, y en esto, y para nuestros propósitos, es necesario considerar la importancia del cumplimiento de las leyes de privacidad, bienes muebles jurídicos bajo RUC y sociedades. Tiene su sede en nuestro estado y de esa manera el gobierno puede gravar los ingresos obtenidos en nuestro estado sobre la plataforma que estará sujeta a impuestos.

Otra característica interesante está relacionada con la propuesta de administrar los datos que las plataformas recopilan mientras brindan sus servicios, como requerir que la plataforma envíe trimestralmente los datos recopilados de los operadores y usuarios al Ministerio de Transportes y Comunicaciones. Si se crean los puentes necesarios entre este ministerio, la SUNAT-a y la asociación, el cobrador podrá recibir información actualizada sobre los servicios de transporte (4 tipos de generación de ingresos para prestar sus servicios) que puede estar expuesto a la prevención. Gravado por la propia plataforma.

Cabe señalar que en el noveno párrafo de esta propuesta también se estipula que las plataformas deberán pagar una determinada tarifa mensual de acuerdo a las condiciones del Ministerio de Transportes y Comunicaciones, la cual es tan alta que este párrafo demuestra que se están organizando. Las fiestas en cierto modo se han convertido. En Independence, los agentes eligen plataformas para practicar, las cuales, como se mencionó, reciben una comisión por viaje.

c. Proyecto de Ley 2687/2017-CR

Presentado en fecha 09/04/2018 por el congresista Octavio Salazar Miranda con el título ley que crea y regula el registro virtual de transporte privado mediante plataformas tecnológicas

Este proyecto presenta una contradicción de redacción en cuanto que el primer párrafo relacionado con el objeto de la ley establece que debe regular los elementos operativos de las plataformas técnicas “prestación de servicios de transporte privado” de la selección, cabe señalar que si bien los servicios prestados por Las plataformas de esta ley son entidades de transporte privado, leyendo el numeral 2 de la definición de estas entidades, éstas “explotan, explotan o prestan cualquier sistema informático, ejecución técnica o mecanismo de la ley”. “que brinda acceso a los servicios de entrega privada, sus términos regulan las funciones de soporte técnico y no están mediatizados, sin embargo, los términos son otro texto y los operadores de traducción cuando brindan servicios de entrega privada, UU de proveedores privados (final) son indicativos de esto. Servicios de transporte donde se utilizan las plataformas como “intermediarios” De todo lo mencionado se desprende que a pesar de la debilidad técnica de la ley, este proyecto también avanza hacia una posición de juego que define el hecho imponible Aquí se paga el impuesto.

d. Proyecto de Ley 3351/2018-CR

Esta legislación fue presentada el 12 de septiembre de 2018 por el congresista Yonhy Lescano Ancieta para regular los servicios de taxi mediante el uso de aplicaciones tecnológicas a través de dispositivos de Internet. Este proyecto es diferente en su concepto a los demás proyectos analizados, ambos startups. Dado que el servicio que brinda la plataforma es un servicio de transporte privado de pasajeros que determina el rol de proveedor principal y el rol de proveedor ejecutivo para los operadores, esta situación, como se mencionó, genera primero un empleado. El objeto de la relación entre el andén y el chofer incide en el trabajo, cree que a nivel fiscal esta relación puede determinar que el chofer no sea un trabajador independiente de la empresa y por lo tanto esté sujeto a rentas y retenciones de quinta clase. Es un foro y en segundo lugar, el hecho o impuesto es gravable y por tanto como cualquier otra empresa de

taxis de nuestro país, por ejemplo, los servicios de transporte privado de viajeros están sujetos al impuesto sobre la renta.

4.18 Legislación comparada AIRBNB

4.18.1 Chile

En el caso de Airbnb, el 23 de agosto de 2018, a través del Boletín 12403-05, se introdujo un proyecto de modernización del código tributario que regula temas relacionados con la economía digital y crea un impuesto especial e indirecto a los servicios digitales, 10% sobre el monto pagado, siempre y cuando sea utilizado en Chile por no residentes (es decir, aquellos que cuenten con una facilidad de pago electrónico con sede en Chile o un EP), independientemente del lugar donde se encuentre ubicada la plataforma. Consumidores, este impuesto afecta a las plataformas cuyos proveedores se encuentran fuera del territorio de Chile y no constituyen una entidad comercial permanente en Chile para efectos fiscales, tales como Netflix, Spotify y Airbnb.

Al respecto, cabe señalar que este instrumento de regulación abarca todas las plataformas de intervención digital, creando así un criterio de objeto civil (fuente) en el que se determina dónde se encuentra la plataforma o dónde se encuentra. El organismo que lo administra, si se utiliza en Chile (necus), por lo tanto, verifica si la emisión de medios de pago electrónicos es realizada por residentes o JP, ya que la mayoría de este tipo de beneficios se compran a las tarjetas. Si los operadores de tarjetas de crédito, estas tarjetas de crédito los procesadores actuarán como agentes de tarjetas de crédito. A tal efecto, la ley prevé la publicación de dos listas, uno de los representantes de pagos y otra de los foros. eso lo hace La

financiación de la financiación crea la obligación de que las plataformas paguen los impuestos correspondientes y notifiquen dichas actividades.

Asimismo, establecer una deducción del 10% del precio pagado, en lugar de permitir una deducción, evita el problema de tener que pagar grandes sumas de dinero por la prestación de servicios técnicos en nombre de nuestras contrapartes chilenas, así como pagar los costos humanos que hacen esto posible. Reducir su entusiasmo.

El 20 de julio de 2017, a través del Boletín 11934-15, se presentó una propuesta de petición para regular el transporte pagado de pasajeros y los servicios que se prestan a través de ellos, uno de los aspectos más importantes de los cuales es probable que sean pagados las plataformas. Las empresas de transporte de pasajeros, y por ende los prestadores de servicios de transporte, coordinan la creación de plataformas de registro al igual que sus contrapartes peruanas, con requisitos de acceso para ser una persona jurídica creada en Chile.

Como en el caso de Uber, el proyecto chileno, en primer lugar, crearía una empresa de transporte y, por lo tanto, los ingresos pagarían los impuestos relacionados con dichos servicios y, en segundo lugar, obligaría a Uber a registrarse legalmente. En Chile, esto por defecto hace que Uber opere como cualquier otra empresa de taxis en Chile.

4.18.2 Colombia

El país aprobó la Ley 1819 del Senado y la Cámara de Colombia el 29 de diciembre de 2016, aumentando la tasa del impuesto al valor agregado del 16% al 19% el 29 de diciembre de 2016. Reformas de 2015. Cláusula 173, que a su vez reforma el artículo 420 de la Ley del Impuesto, si el beneficiario tiene el mismo residente, residencia, EP o "auto", como evento de producción, la prestación de servicios desde el exterior con impuesto sobre Incluye valor

añadido. Centro de actividades "Oficina". Porcentaje del precio de venta en Colombia. Se encontró que 19 emisores de tarjetas de crédito estaban aplicando el tope del 100% del IVA y el decreto ordenó la suspensión de su aplicación por 18 meses a partir del 7 de enero de 2018.

Colombia ha tomado la posición fiscal a través del IVA en lugar del impuesto de sociedades o impuesto a la renta, y se esperan los efectos de esta política y el aumento de precios, por lo que el precio base de Uber es del 7% o 950 pesos colombianos. Netflix, que es de S/1,00 al tipo de cambio peruano, aumentó el tipo de cambio a 6.251 pesos colombianos, o S/6,50 al tipo de cambio extranjero.

En el caso de Airbnb, está sujeto al IVA según la redacción actual de la normativa. y se aplican otras regulaciones. ", que excluye de tributación a los programas de turismo digital

4.18.3 Uruguay

Con la aprobación de la Ley 19.535, Ley de Rendición de Cuentas y Balances de Ejecución Presupuestal -2016, se ha creado un marco legal para regular las plataformas digitales y los servicios que ofrecen a través de Internet, notemos que Uruguay es uno de los países de América Latina. Están gravados sobre sus ingresos de acuerdo con las leyes locales y solo están gravadas las transacciones que se realizan dentro de su territorio, quedando fuera del alcance de la regulación todos los no residentes en Uruguay que prestan servicios a través de Internet.

El artículo 246 establece que el 100% cuando el proveedor y el solicitante "provean ingresos de fuentes uruguayas resultantes de la intervención y actividades de intervención consistentes con la oferta o demanda de servicios, basados en Internet, plataformas tecnológicas, aplicaciones informáticas o similares". El prestador del servicio "Road" se

encuentra ubicado en el territorio nacional. y (ii) 50% en el caso de licitante o solicitante extranjero.

Tanto Uber como Airbnb califican por presunción legal y están sujetos a estas regulaciones.

Su artículo 243 también supervisa las leyes destinadas a cambiar este panorama y establece que "los ingresos de entidades no residentes que presten servicios directamente a través de Internet, plataformas tecnológicas, programas informáticos, etc." son equivalentes a estas leyes. En dicho comunicado se hace constar que los ingresos de fuente internacional relacionados con la "producción, distribución o interferencia de películas y cintas cinematográficas, así como retransmisiones televisivas en directo u otros medios similares" que dicha actividad será aplicable a partir del 01/01/2018. La fuente es de Uruguay, obviamente refiriéndose a plataformas como Netflix.

Se supone que se utiliza un estándar de enlace regional, como Chile, donde se utiliza el instrumento de pago, provincia ubicada en Uruguay. Sin embargo, difiere del caso de Chile en que permite a la jurisdicción afirmar lo contrario y no designa las tarjetas de crédito del proveedor de servicios como impedimento legal.

El 22 de mayo de 2018, decreto n. 144/018, decreto N° 19535, y entre otras importantes normas destinadas a regular las condiciones de los solicitantes de servicios en el territorio de Uruguay, donde la dirección IP sea utilizada en el documento de contratación de servicios o pago. En Uruguay, la facturación por ocupación de asientos se controla electrónicamente, realizándose estimaciones cuando no se indica la ocupación. Este sistema es similar a los métodos de facturación utilizados por plataformas como Netflix o Spotify. Para las plataformas mediadas por ordenador, la norma específica que, si están automatizadas, la facturación se haga

en consecuencia. El sistema debe necesitar poca interacción humana y demostrar su falta de fiabilidad, salvo en el ámbito de la informática. Debe tener un impacto directo o indirecto en la oferta o la demanda del servicio real prestado. Interferencia inmediata.

4.18.4 Unión Europea

No obstante, la práctica del consumo conjunto está experimentando un rápido crecimiento y ya no es un problema tan frecuente en Europa como lo fue en el pasado. La comunidad europea vio en ello una empresa muy auspiciosa, pero el cumplimiento de la normativa exige la participación europea. En respuesta al rápido aumento de usuarios de estos servicios en las naciones europeas, en 2015 se emprendió un primer esfuerzo para abordar la cuestión mediante una investigación no vinculante jurídicamente. La considerable expansión de Internet ha facilitado la puesta en marcha de estas iniciativas. Una nueva iteración del sistema social promueve el intercambio de bienes y servicios de forma segura y transparente.

En junio de 2016, el Eurobarómetro realizó una encuesta sobre el uso de plataformas colaborativas. Este estudio recoge información estadística sobre el uso de plataformas colaborativas. El 52 % de las personas europeas que utilizan plataformas colaborativas declararon conocer su existencia, y un mínimo del 17 % utilizó al menos una de las funciones disponibles.

Finalmente, en 2015, la Unión Europea presentó un informe titulado “Una Agenda Europea para la Economía Colaborativa”, que brindó lineamientos políticos y legales para implementar esta aspiración, permitiendo generar confianza entre autoridades, usuarios y consumidores e Instituciones.

Este artículo cubre los temas clave que surgen de los requisitos de acceso al mercado ascendente, la responsabilidad legal de las plataformas, la protección del consumidor, la diferencia en las leyes relacionadas con los trabajadores por cuenta propia y por cuenta ajena y, por último, las cuestiones fiscales.

También examina la definición de la economía colaborativa, sus participantes, sectores, ventajas y desventajas, y su potencial de crecimiento económico.

1.703 / 5.000

En materia tributaria, también señalan que este uso diferenciado debe ser considerado como una oportunidad para facilitar la incidencia en el pago de impuestos de los prestadores de servicios, considerando la posición de las asambleas en las relaciones contractuales. Acuerdo sobre el intercambio de información para la protección de datos en la UE, debido a las bases de datos entre los administradores fiscales y las plataformas que las crean, que permiten decisiones fiscales precisas y subraya la obligación de los gobiernos de informar a las partes interesadas de sus obligaciones fiscales los cuáles son sus incentivos y condiciones de trabajo, por lo que sugiere aumentar la transparencia en la gestión mediante la publicación de lineamientos para la implementación de leyes procesales en relación con este tipo de modelo de participación.

Considerando todo lo anterior, se confirma que la intención de la UE con este tipo de economías es promover su crecimiento y desarrollo proporcionando un marco regulatorio que cree las condiciones financieras y laborales necesarias para su desarrollo. Similar a las condiciones económicas convencionales, como se muestra. Esto fue respaldado por una propuesta del Parlamento Europeo, que un año después destacó la necesidad de una estrategia "clara y equilibrada" sobre las "áreas grises" de la regulación, que podría marcar la diferencia.

La implementación de estos órdenes legales en diferentes niveles, incluida la implementación de la justicia.

Las normas que regulan la distinción entre proveedores profesionales y privados, así como los derechos de los usuarios (régimen de reclamaciones previsto por las asociaciones y determinación de la responsabilidad de la asociación) y empleados (proveedores ordinarios y profesionales (distinción entre)) exigen que tales usos consuman el consumo tradicional. (Antinori, 2016)

Sin embargo, el nuevo modelo de desequilibrio en el mercado y competencia desleal con los actores tradicionales del mercado, debido a los vacíos legales en cuanto a derechos y regulaciones laborales específicas, protección al consumidor, impuestos, ley de responsabilidad y calidad del servicio y seguridad del consumidor

CAPÍTULO V

ANÁLISIS DE RESULTADOS POR OBJETIVOS

5.1. Procesamiento, análisis, interpretación y discusión de resultados

Presentación y análisis de las entrevistas a expertos:

Enrique Cavero Safra, abogado especializado en Derecho de la Competencia y Consumidor, y socio del Estudio Jurídico Hernández & Cía Abogados, es un reconocido experto en el ámbito jurídico peruano. Con una trayectoria destacada en el campo del derecho empresarial y regulación económica, Cavero Safra posee un profundo conocimiento sobre las dinámicas legales que afectan tanto a empresas tradicionales como a plataformas de economía colaborativa como Airbnb.

La entrevista se realizó con el objetivo de analizar la existencia de competencia desleal y la contravención a los derechos del consumidor en la economía de plataforma Airbnb frente a las empresas hoteleras en el contexto peruano. Este estudio es crucial dada la creciente relevancia de plataformas digitales en el sector de hospedaje, y las implicancias legales y regulatorias que estas tienen en la competitividad del mercado y la protección de los consumidores.

Durante la entrevista, Cavero Safra proporcionó perspectivas fundamentales. En primer lugar, destacó que la competencia desleal no es un problema entre Airbnb y el sector hotelero debido a las diferencias fundamentales en sus modelos de negocio y regulación. Subrayó la necesidad de una revisión regulatoria equitativa que no sobre regule al sector hotelero ni deje desprotegidos a los consumidores de las plataformas como Airbnb. Además, evaluó la aplicabilidad de la Ley de Represión de Competencia Desleal en este contexto específico,

señalando que la clave reside en ajustar las regulaciones para proteger adecuadamente los intereses de todos los actores involucrados.

Los resultados de la entrevista ofrecen una perspectiva crítica sobre cómo la legislación actual y la regulación deben adaptarse para mantener la equidad competitiva y salvaguardar los derechos de los consumidores en un entorno digital en constante evolución como el de Airbnb en el Perú.

El entrevistado, un abogado especializado en investigaciones de la ciencia del Derecho y las relaciones jurídicas en el entorno del IoT, opta por mantener su identidad confidencial para esta entrevista. Su experiencia se centra en analizar cómo la economía de plataformas como Airbnb interactúa con el sector hotelero en el Perú, particularmente en relación con la competencia desleal y los derechos del consumidor.

Durante la entrevista, el abogado proporcionó una visión crítica y directa sobre varios aspectos clave:

1. Competencia Desleal: Afirmó que existe competencia desleal debido a la falta de regulación y supervisión sobre Airbnb, lo cual permite eludir obligaciones tributarias y operativas que los hoteles deben cumplir rigurosamente.

2. Ineficacia Regulatoria: Señaló la ineficacia de la regulación actual, destacando que es fácil para Airbnb operar "invisible" ante la fiscalización pública, a pesar de la existencia de normativas.

3. Incumplimiento de Parámetros para Hoteles: Expuso que los hoteles cumplen con una serie de parámetros regulatorios y tributarios que Airbnb no enfrenta, lo que crea una desigualdad en la interacción de mercado.

4. Utilidad de la Ley de Competencia Desleal: Opinó que la Ley de Represión de Competencia Desleal no es adecuada para proteger contra las prácticas desleales de Airbnb, dado el modelo de negocio diferente que esta plataforma representa en comparación con los hoteles tradicionales.

5. Necesidad de Normativa Específica: Propuso la necesidad de una normativa regulatoria específica que aborde las particularidades de las plataformas de economía colaborativa como Airbnb, asegurando un marco legal equitativo y efectivo para todos los actores del mercado.

En resumen, la entrevista ofrece una perspectiva crítica sobre los desafíos regulatorios y competitivos que enfrenta el sector hotelero frente a las plataformas de economía colaborativa en el Perú, subrayando la urgencia de una revisión legislativa para garantizar condiciones justas y equitativas en el mercado.

El Dr. Darío Efraín Morales Herrera, asociado en Diez Canseco Abogados especializado en Competencia y Propiedad Intelectual, participó en esta entrevista con el objetivo de analizar la existencia de competencia desleal y contravención a los derechos del consumidor en la economía de plataforma Airbnb frente a empresas hoteleras en Perú.

Durante la entrevista, el Dr. Morales Herrera proporcionó puntos de vista detallados y reflexivos:

1. Conocimiento de Airbnb: El entrevistado demostró estar familiarizado con la plataforma Airbnb y reconoció su uso extendido en el mercado peruano.

2. Competencia Desleal: Expresó cautela al afirmar la existencia clara de competencia desleal por parte de Airbnb contra las empresas hoteleras. Mencionó que aunque Airbnb

originalmente se concibió para ofrecer espacios ociosos como una fuente de ingresos adicional para los propietarios, en la práctica se ha convertido en una plataforma utilizada habitualmente por empresarios del hospedaje, algunos de los cuales podrían estar eludiendo la regulación sectorial aplicable.

3. Ineficacia Regulatoria: Opinó que la regulación de competencia desleal no es inherentemente ineficaz, pero sugirió que la normativa sectorial podría no haberse adaptado adecuadamente a la dinámica de plataformas como Airbnb.

4. Incumplimiento de Parámetros para Hoteles: Reconoció que existe un incumplimiento potencial de los parámetros exigidos para las empresas hoteleras por parte de algunos usuarios de Airbnb que operan de manera habitual en la plataforma sin cumplir con las regulaciones pertinentes.

5. Utilidad de la Ley de Competencia Desleal: Consideró que la Ley de Represión de Competencia Desleal es útil debido a su cláusula general, aunque señaló que la efectividad de esta ley a menudo depende de la actuación de las autoridades como el Indecopi.

6. Aplicación de la Cláusula General: En teoría, el Dr. Morales Herrera opinó que la cláusula general establecida en la Ley de Represión de Competencia Desleal podría aplicarse en la competencia entre Airbnb y las empresas hoteleras, dependiendo del análisis específico del caso.

En resumen, la entrevista proporcionó una visión matizada sobre los desafíos regulatorios y competitivos que enfrenta el sector hotelero frente a plataformas de economía colaborativa como Airbnb en Perú, destacando la necesidad de revisar y actualizar la normativa para asegurar un equilibrio justo y adecuado para todos los participantes del mercado.

El Dr. Javier Murillo Chávez, Magister en Derecho de la Propiedad Intelectual y de la Competencia por la Pontificia Universidad Católica Del Perú y Máster en Propiedad Intelectual, Industrial y Nuevas Tecnologías por la Universidad Autónoma de Madrid, fue entrevistado con el objetivo de analizar la existencia de competencia desleal y contravención a los derechos del consumidor en la economía de plataforma Airbnb frente a empresas hoteleras en Perú.

Durante la entrevista, el Dr. Murillo Chávez proporcionó las siguientes perspectivas y opiniones:

1. Conocimiento de Airbnb: El entrevistado demostró tener conocimiento de la plataforma Airbnb y sus dinámicas en el mercado peruano.

2. Competencia Desleal: Murillo Chávez argumentó que no existe competencia desleal por parte de Airbnb frente a las empresas hoteleras. Destacó que la regulación de competencia desleal no se aplica directamente a plataformas como Airbnb debido a su naturaleza de economía colaborativa, donde los usuarios ofrecen servicios de hospedaje sin cumplir los mismos requisitos que las empresas hoteleras profesionales.

3. Regulación y Eficacia: Opinó que la regulación actual de competencia desleal es adecuada y no necesita cambios significativos. Subrayó que la economía colaborativa no debe regularse de la misma manera que las industrias tradicionales como la hotelería.

4. Cumplimiento de Parámetros para Hoteles: Rechazó la idea de que los usuarios de Airbnb deberían cumplir con los mismos parámetros que las empresas hoteleras, argumentando que operan en mercados diferentes y deben ser regulados de manera acorde a sus características particulares.

5. Utilidad de la Ley de Competencia Desleal: Consideró que la Ley de Represión de Competencia Desleal es útil siempre que se aplique correctamente a

situaciones que efectivamente constituyan competencia desleal, no a modelos de negocio legítimos como Airbnb.

6. Aplicación de la Cláusula General: Explicó que la cláusula general en la Ley de Competencia Desleal debe utilizarse para tipificar conductas distintas a las ya reguladas, y que no debería aplicarse para forzar requisitos no aplicables a plataformas como Airbnb que no están diseñadas para competir directamente con hoteles tradicionales.

En conclusión, la entrevista con el Dr. Javier Murillo Chávez proporcionó una visión crítica sobre la regulación y la competencia en el sector de hospedaje en Perú, destacando la importancia de adaptar las normativas a la realidad cambiante de las plataformas de economía colaborativa como Airbnb para asegurar un equilibrio justo y adecuado en el mercado.

En la presente entrevista se conversó con el Dr. Christian Erick Romainville Chacón, abogado y funcionario público especializado en Materia de Competencia y Consumidor en la Oficina Regional del Indecopi en Cusco. Con una vasta experiencia en el campo del derecho, el Dr. Romainville Chacón aporta una perspectiva única sobre la regulación y la competencia en el sector de hospedaje en Perú, especialmente en relación con la plataforma Airbnb y las empresas hoteleras.

El objetivo principal de esta entrevista fue analizar la posible existencia de competencia desleal y las infracciones a los derechos del consumidor que podrían surgir en el contexto de la economía de plataforma Airbnb frente a los establecimientos hoteleros tradicionales en el país. A través de sus respuestas detalladas y fundamentadas, el Dr. Romainville Chacón ofrece una visión crítica y experta sobre los siguientes puntos clave:

1. Competencia Desleal: Según su criterio, la plataforma Airbnb actúa principalmente como intermediario entre anfitriones y huéspedes, sin proporcionar directamente servicios

de hospedaje que puedan considerarse competencia desleal frente a los hoteles establecidos.

2. Regulación de Competencia Desleal: Descarta la ineficacia en la regulación existente, señalando que Airbnb, por su naturaleza de intermediario, no está sujeta a los mismos parámetros regulatorios que los hoteles, lo cual no implica automáticamente una competencia desleal.

3. Normativa Aplicable: Aunque la Ley de Represión de Competencia Desleal podría ser relevante en algunos aspectos, el Dr. Romainville Chacón indica que su aplicación directa a la competencia entre Airbnb y los hoteles podría no ser directamente pertinente debido a las diferencias en la prestación de servicios.

4. Cláusula General de Competencia Desleal: Explica que la cláusula general de la ley puede aplicarse, pero solo en contextos donde no existan disposiciones específicas que regulen las conductas en cuestión.

A través de esta entrevista, el Dr. Christian Erick Romainville Chacón proporciona una valiosa perspectiva sobre cómo se debería considerar la competencia y la regulación en un entorno donde la economía de plataforma como Airbnb presenta desafíos regulatorios y competitivos únicos en comparación con los modelos de negocio tradicionales en la industria hotelera.

En esta entrevista, se conversó con el Dr. Alex Sosa Huapaya, destacado abogado y académico con una notable trayectoria en el campo del Derecho de la Propiedad Intelectual y de la Competencia. El Dr. Sosa Huapaya es Magister en Derecho de la Propiedad Intelectual y de la Competencia por la Pontificia Universidad Católica del Perú, con especializaciones

adicionales en Derecho de la Competencia, Competencia Desleal y Publicidad por el Instituto de Estudios Bursátiles de Madrid y la Universidad Rey Juan Carlos. Actualmente, ocupa el cargo de Jefe Académico en la Universidad del Pacífico (UP) y es docente de posgrado en diversas universidades reconocidas en Perú.

El objetivo principal de esta entrevista fue analizar la existencia de competencia desleal y la contravención a los derechos del consumidor en el contexto de la economía de plataforma Airbnb frente a las empresas hoteleras establecidas en Perú. A través de sus respuestas detalladas y basadas en su profundo conocimiento del marco legal y regulatorio, el Dr. Sosa Huapaya ofreció perspectivas clave:

1. Competencia Desleal y Airbnb: Según el Dr. Sosa Huapaya, no existe competencia desleal por parte de Airbnb hacia los hoteles tradicionales, ya que Airbnb actúa como una plataforma de intermediación entre anfitriones y huéspedes, ofreciendo un servicio de alquiler de espacios que difiere del servicio hotelero formal.

2. Regulación y Eficiencia del Mercado: Explicó que la Ley de Competencia Desleal no aborda la formalidad o informalidad de las empresas, sino que su objetivo es promover el correcto funcionamiento del mercado. Aclaró que INDECOPI, como autoridad competente, no tiene un rol específico en fiscalizar la formalidad de las plataformas digitales como Airbnb.

3. Aplicación de la Ley de Represión de Competencia Desleal: Señaló que hasta el momento no ha habido casos en los cuales se haya aplicado esta ley específicamente a Airbnb en Perú. Comparó la situación con plataformas digitales similares y explicó que, según los criterios de INDECOPI, Airbnb no estaría en contravención de la Ley de Represión de Competencia Desleal.

4. Cláusula General de Competencia Desleal: Respecto a la aplicación de la cláusula general, indicó que esta reprime actos que vayan en contra del principio de competencia por eficiencia. Explicó que la competencia de Airbnb se basa en sus propios méritos y esfuerzos, no generando un daño indebido a otros agentes económicos según los criterios legales actuales.

A través de esta entrevista, el Dr. Alex Sosa Huapaya proporciona una perspectiva esclarecedora sobre cómo deben considerarse los modelos de negocio disruptivos como Airbnb dentro del marco legal existente en Perú, destacando la importancia de una regulación que promueva la competencia justa y la protección adecuada de los consumidores en el contexto digital emergente.

El Dr. Piero Lozano Colchado es un reconocido abogado especialista en derecho de protección al consumidor, competencia y propiedad intelectual, formado en la Pontificia Universidad Católica del Perú. Actualmente, su experiencia y conocimientos se reflejan en su labor como experto en asuntos legales relacionados con la competencia y el consumidor.

El objetivo de esta entrevista fue explorar la existencia de competencia desleal y la contravención a los derechos del consumidor en la economía de plataforma Airbnb frente a las empresas hoteleras en el Perú. A través de sus respuestas, el Dr. Lozano Colchado proporciona un análisis detallado sobre cómo se aplican las normativas existentes, como el Decreto Legislativo N° 1044, en el contexto de plataformas digitales como Airbnb. Además, discute la naturaleza de la competencia entre Airbnb y los hoteles tradicionales, destacando las diferencias fundamentales en sus modelos de negocio y los posibles impactos regulatorios.

Sus opiniones ofrecen una perspectiva fundamentada sobre la regulación actual y las posibles implicaciones legales en el mercado peruano, abordando tanto la eficacia de las

normativas vigentes como la pertinencia de la cláusula general de la Ley de Represión de Competencia Desleal en este ámbito específico.

1. Competencia Desleal y Airbnb: El Dr. Lozano Colchado enfatiza que la competencia desleal se define por la obtención de ventajas competitivas injustas mediante prácticas que violan la buena fe empresarial. Argumenta que Airbnb, al actuar como intermediario entre anfitriones y huéspedes, no compite directamente en el mercado hotelero tradicional. Esto se debe a que su modelo de negocio se centra en la economía colaborativa y la innovación tecnológica, ofreciendo un servicio diferente al de los hoteles.

2. Regulación y Eficacia Normativa: Respecto a la regulación de competencia desleal, el Dr. Lozano Colchado considera que el Decreto Legislativo N° 1044 proporciona un marco adecuado para evaluar las conductas que podrían constituir competencia desleal en plataformas como Airbnb. Subraya que, hasta el momento, no se ha registrado ningún caso específico contra Airbnb en el Perú por violación de estas normativas.

3. Cumplimiento de Parámetros para Hoteles vs. Airbnb: A diferencia de los hoteles, Airbnb no está sujeto a las mismas regulaciones específicas debido a su naturaleza de intermediación digital. Sin embargo, el Dr. Lozano Colchado menciona la necesidad de considerar mecanismos que aseguren que las plataformas digitales contribuyan equitativamente al sistema fiscal y regulatorio del país.

4. Utilidad de la Ley de Competencia Desleal: En relación con la Ley de Represión de Competencia Desleal, el entrevistado reconoce su aplicación potencial en casos donde se detecten prácticas que afecten el principio de competencia por eficiencia. Aunque indica que Airbnb no necesariamente incurre en competencia

desleal bajo este principio, sugiere que la cláusula general de la ley podría aplicarse en situaciones residuales no cubiertas por infracciones específicas.

El análisis del Dr. Piero Lozano Colchado destaca la importancia de distinguir entre modelos de negocio diferentes como el de Airbnb y los hoteles tradicionales. Su perspectiva subraya la necesidad de adaptar las normativas existentes para abordar adecuadamente los desafíos que plantean las plataformas digitales sin coartar la innovación ni la competencia justa. Además, sugiere que la regulación debe evolucionar para garantizar que estas plataformas contribuyan equitativamente al entorno económico y fiscal del país.

Estos puntos proporcionan un marco integral para entender cómo las regulaciones actuales y futuras podrían influir en la dinámica competitiva entre Airbnb y los hoteles en el contexto peruano.

Enrique Cavero Safra es un destacado abogado especializado en Derecho de Competencia y Consumidor, actualmente socio en el Estudio Jurídico Hernández & Cia Abogados. Posee un Máster en Derecho de la Competencia y Propiedad Intelectual, lo cual respalda su pericia en estos campos. Su entrevista se centró en analizar la existencia de competencia desleal y la contravención a los derechos del consumidor en la economía de plataforma Airbnb frente a empresas hoteleras en el Perú.

En la entrevista, Cavero Safra destacó varios puntos relevantes:

1. Derechos del Consumidor y Airbnb: Safra enfatizó que no percibe contravención a los derechos del consumidor en el uso de Airbnb, argumentando que la clave está en la información que la plataforma proporciona a los usuarios antes de utilizarla. Considera que el consumidor, al tener acceso a esta información, puede evaluar las ventajas y desventajas por sí mismo.

2. Regulación Específica para Airbnb: Opina que no se requiere una regulación específica para proteger los derechos del consumidor en Airbnb, ya que la protección se basa en la adecuada información proporcionada por la plataforma. Esto permite a los usuarios tomar decisiones informadas sobre su uso.

3. Tutela de Derechos por Entes Administrativos: Afirmó que los entes administrativos, como INDECOPI en Perú, son capaces de tutelar efectivamente los derechos de los consumidores. Si un usuario considera que Airbnb ha incumplido sus compromisos, puede presentar una denuncia ante estas entidades sin impedimentos significativos.

4. Código de Protección al Consumidor: Safra sostiene que el Código de Protección al Consumidor es adecuado para proteger a los usuarios de Airbnb, siempre y cuando estos cuenten con la información necesaria para tomar decisiones informadas.

5. Política Regulatoria No Prohibitiva: Propone que la política regulatoria no debe ser prohibitiva hacia plataformas como Airbnb, sino más bien facilitar el acceso de los consumidores a estas plataformas, asegurando al mismo tiempo una adecuada información y protección.

En conclusión, la posición de Enrique Cavero Safra destaca la importancia de la información como clave para la protección del consumidor en el contexto de plataformas digitales como Airbnb. Su enfoque sugiere una regulación flexible que empodere a los consumidores con información suficiente para tomar decisiones conscientes, sin necesidad de imponer restricciones severas que puedan limitar el acceso a estas innovaciones tecnológicas.

Vicson Ricardo Álvarez Palomino es Jefe de la Oficina Regional del Indecopi (ORI) en Madre de Dios, con una destacada trayectoria académica respaldada por un Máster en Derecho de Empresa. Su experiencia y posición en Indecopi lo convierten en un experto en temas de protección al consumidor y regulación del mercado.

En la entrevista, Álvarez Palomino abordó varios puntos cruciales:

1. Derechos del Consumidor y Airbnb: Considera que el uso de Airbnb no genera automáticamente una contravención a los derechos del consumidor, aunque reconoce que existen riesgos potenciales para los usuarios en términos de conflictos de consumo.

2. Regulación Específica para Airbnb: Opina que no es necesario crear una regulación específica para Airbnb, pero destaca la importancia de actualizar la legislación en protección al consumidor para abordar adecuadamente el impacto creciente de plataformas digitales de consumo y comercio electrónico.

3. Debilidades en la Tutela de Derechos: Identifica una debilidad significativa en los entes administrativos, atribuyéndola a la falta de recursos operativos y a vacíos en la legislación que limitan la tutela preventiva, oportuna y efectiva de los derechos de los consumidores.

4. Código de Protección al Consumidor: Afirmó que el Código de Protección al Consumidor es aplicable al uso de plataformas como Airbnb, pero sugiere mejoras y actualizaciones para fortalecer la tutela de los consumidores en el contexto digital.

5. Propuestas para la Protección del Consumidor en Airbnb: Recomienda instituir instituciones jurídicas básicas para el e-commerce, como el derecho de arrepentimiento. Además, propone la implementación de mecanismos de conciliación electrónica para resolver

controversias de consumo y aboga por aplicar el principio pro consumidor en casos de vacíos legislativos.

En resumen, la visión de Vicson Ricardo Álvarez Palomino destaca la necesidad de modernizar la legislación de protección al consumidor para adaptarse a las nuevas realidades del comercio digital, asegurando una tutela efectiva que no solo responda a los desafíos actuales, sino que también promueva un entorno justo y seguro para los consumidores que utilizan plataformas como Airbnb.

Viviana Lucia Barbosa Jaime es una experta en Derecho de la Propiedad Intelectual y Derecho de la Competencia, con una sólida formación académica que incluye un Máster en estas áreas. Su conocimiento especializado la posiciona como una voz autorizada para analizar temas complejos relacionados con la competencia y los derechos del consumidor en el contexto de plataformas digitales como Airbnb.

Durante la entrevista, Barbosa Jaime abordó los siguientes puntos clave:

1. Derechos del Consumidor y Airbnb: Considera que, en principio, no existe una contravención directa de los derechos del consumidor en el uso de Airbnb. Destaca que la plataforma proporciona información clara y transparente sobre sus servicios, tanto para anfitriones como para huéspedes, incluyendo fotos y descripciones de propiedades. Menciona la importancia de revisar detalladamente los términos y condiciones para evaluar posibles cláusulas abusivas.

2. Regulación Específica para Airbnb: Opina que no hay necesidad de una regulación específica para Airbnb en cuanto a derechos del consumidor, ya que no identifica falencias significativas en el sistema que requieran intervención estatal.

3. Debilidad de los Entes Administrativos: No percibe debilidades significativas en los entes administrativos para proteger los derechos de los consumidores en relación con Airbnb.

4. Código de Protección al Consumidor: Reconoce la utilidad del Código de Protección al Consumidor para salvaguardar los derechos de los consumidores en el uso de plataformas digitales como Airbnb.

5. Protección de los Derechos del Consumidor en Airbnb: Aunque no clarifica la expresión "proteger los derechos del consumidor en la economía", enfatiza la importancia de que los consumidores comprendan claramente la naturaleza y los términos de uso de Airbnb para tomar decisiones informadas.

Barbosa Jaime ofrece una perspectiva equilibrada y fundamentada en la transparencia y la información como pilares para la protección de los consumidores en plataformas digitales. Su enfoque sugiere que, si bien no percibe problemas graves de cumplimiento de derechos del consumidor en Airbnb, es crucial la vigilancia y el análisis constante de los términos contractuales para evitar posibles cláusulas abusivas o prácticas desleales. Además, destaca la necesidad de mantener actualizado el marco regulatorio general de protección al consumidor para abordar adecuadamente los desafíos emergentes del comercio digital.

El entrevistado solicitó reserva de identidad, su área de desempeño es de investigación de la ciencia del Derecho y las relaciones jurídicas en el entorno del IoT.

El entrevistado expresó preocupación por la falta de regulación y supervisión efectiva sobre plataformas como Airbnb, mencionando que esto puede facilitar la elusión de obligaciones tributarias y administrativas. Destacó la necesidad urgente de una regulación específica para estos negocios y una educación cívica para los propietarios.

1. Regulación Específica: Considera que no existe una regulación específica adecuada para proteger los derechos del consumidor en plataformas como Airbnb. Señala que incluso con regulación, es posible evadir la fiscalización pública.

2. Debilidad de los Entes Administrativos: No identifica debilidad, pero sí una carencia significativa de recursos y poderes por parte de los entes administrativos para fiscalizar estos negocios de manera efectiva.

3. Código de Protección al Consumidor: Reconoce la utilidad del Código actual, pero enfatiza la urgencia de una reglamentación específica adaptada a los negocios digitales como Airbnb.

4. Propuestas de Protección: Propone implementar una regulación específica que aborde las particularidades de estos negocios digitales para asegurar la protección efectiva de los derechos del consumidor.

Este enfoque destaca la necesidad crítica de reformar y modernizar la legislación peruana para abordar los desafíos emergentes en el ámbito de la protección del consumidor y la competencia desleal en el contexto de las plataformas digitales como Airbnb.

Hugo Olimpio Carbajal Bazán, en su calidad de director ejecutivo de ACUREA y abogado, proporcionó perspectivas valiosas sobre varios aspectos relacionados con Airbnb y los derechos del consumidor:

1. Conocimiento de Airbnb y Cláusulas Abusivas:*

Carbajal Bazán confirmó estar familiarizado con la plataforma Airbnb desde la perspectiva de investigaciones realizadas por ACUREA en plataformas digitales de

intermediación. Mencionó la presencia de cláusulas abusivas en los términos y condiciones de uso de Airbnb, como la cláusula de Limitaciones de Responsabilidad (Cláusula N° 19), que podría ser perjudicial para los usuarios y consumidores.

2. Regulación y Protección al Consumidor:

Explicó que, aunque no existe una regulación específica para plataformas de intermediación como Airbnb, el Código de Protección y Defensa del Consumidor contiene normas generales aplicables. Destacó la propuesta de la Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor (DPC) del Indecopi para actualizar la regulación y precisar la inclusión de intermediarios digitales dentro de la definición de proveedores.

3. Capacidades de los Entes Administrativos:

Sobre la capacidad de los entes administrativos como Indecopi para proteger los derechos de los consumidores, Carbajal Bazán reconoció la existencia de limitaciones en recursos pero valoró positivamente las campañas educativas y estrategias de atención del Indecopi, así como su papel en la fiscalización de sectores críticos.

4. Utilidad del Código de Protección al Consumidor:

Consideró que el Código es útil para proteger a los consumidores en el comercio electrónico, incluyendo pronunciamientos sobre denuncias planteadas por ACUREA y otras organizaciones.

5. Protección de Derechos del Consumidor en Airbnb:

Enfatizó la importancia de la investigación planificada y la difusión de resultados a través de diversos medios como redes sociales, radio y televisión, así como capacitaciones

presenciales y virtuales. Destacó la experiencia de ACUREA en litigios colectivos como una herramienta para proteger efectivamente los derechos de los consumidores, incluidos aquellos afectados por plataformas como Airbnb.

La entrevista con Hugo Olimpio Carbajal Bazán reveló la necesidad urgente de mejorar la regulación y supervisión de plataformas de intermediación como Airbnb para garantizar una protección efectiva de los derechos del consumidor en el contexto digital. Sus comentarios resaltan la importancia de una regulación más específica y la capacidad de las organizaciones de consumidores para intervenir en defensa de los intereses de los usuarios frente a prácticas potencialmente abusivas o injustas.

Keevin Santiago Kong Toyco, asesor legal de la Asociación Peruana De Consumidores y Usuarios - ASPEC / quien cursa una Maestría en Propiedad Intelectual y Derecho de la Competencia, manifestó:

1. Conocimiento de Airbnb y Transparencia Informativa:

Keevin Santiago Kong Toyco manifestó un conocimiento afirmativo sobre la plataforma Airbnb. En cuanto a la contravención de los derechos del consumidor, enfatizó que depende de la claridad con la que los proveedores informen a los consumidores sobre los términos y condiciones del servicio. Sugirió que la clave está en la transparencia informativa por parte de los proveedores para evitar conflictos.

2. Regulación Específica y Protección al Consumidor:

El entrevistado señaló que actualmente no existe una regulación específica para plataformas como Airbnb en Perú. Sin embargo, considera que el Código de Protección y

Defensa del Consumidor proporciona suficiente protección en las relaciones de consumo, sin necesidad de una regulación adicional específica para este tipo de servicios digitales.

3. Debilidad de los Entes Administrativos y Propuesta de Regulación:

Opinó que no hay una debilidad en los entes administrativos sino más bien una regulación deficiente que enfatiza demasiado en la fiscalización y sanción, lo cual demanda recursos financieros significativos que muchas veces no están disponibles. Propuso una regulación más educativa y orientada a incentivos para que los proveedores cumplan con las normativas, beneficiando tanto a proveedores como a consumidores.

4. Utilidad del Código de Protección al Consumidor:

Considera que el Código es útil y suficiente para proteger a los consumidores frente al uso de plataformas como Airbnb, siempre y cuando se respeten y apliquen adecuadamente sus disposiciones.

5. Protección de los Derechos del Consumidor en Airbnb:

Toyco subrayó que los derechos ya reconocidos en la Constitución y el Código, como el derecho a la información, idoneidad, seguridad, salud y no discriminación, son suficientes para proteger a los consumidores en cualquier tipo de negocio innovador, incluidas las plataformas digitales como Airbnb.

Keevin Santiago Kong Toyco aporta una perspectiva equilibrada y pragmática sobre la regulación y protección de los derechos del consumidor en el contexto de Airbnb y otras plataformas digitales. Destaca la importancia de la transparencia informativa como clave para prevenir conflictos y proteger a los consumidores. Su crítica constructiva sobre la regulación

actual, proponiendo una orientación más educativa y de incentivos, refleja un enfoque moderno y proactivo hacia la defensa del consumidor.

Al considerar que el marco legal existente es adecuado con ajustes necesarios, sugiere que la aplicación efectiva de las normativas vigentes puede ser más beneficiosa que la creación de nuevas regulaciones específicas. Esto implica una confianza en la capacidad del sistema legal actual para adaptarse y proteger los intereses de los consumidores en un entorno digital en constante evolución.

Maurice Pacheco Niño de Guzmán, abogado y miembro de la Comisión Regional de INDECOPI Cusco, proporciona una perspectiva integral sobre los desafíos y consideraciones legales relacionadas con la economía de plataformas como Airbnb frente a las empresas hoteleras en el Perú. Su experiencia en la regulación y protección del consumidor le permite abordar cómo estas plataformas pueden afectar los derechos de los consumidores y qué medidas podrían fortalecer la protección en este contexto.

1. Sobre la naturaleza de las plataformas como Airbnb:

Pacheco reconoce que las plataformas de economía colaborativa como Airbnb ofrecen ventajas como versatilidad y flexibilidad para los consumidores. Sin embargo, señala riesgos inherentes como la asimetría informativa y la falta de negociación cara a cara, lo cual puede afectar la satisfacción de los consumidores. Estos puntos resaltan la necesidad de mejorar la alfabetización digital y fortalecer los mecanismos de autorregulación para evitar impactos negativos en la reputación de la plataforma.

2. Regulación específica para Airbnb:

Observa que la legislación peruana carece de normativa específica para regular estas plataformas, especialmente aquellas que operan desde el extranjero. Propone que fortalecer los mecanismos de autocomposición de conflictos podría ser más efectivo que intentar imponer regulaciones coercitivas difíciles de aplicar.

3. Debilidades en la protección del consumidor:

No considera que exista una debilidad de los entes administrativos per se, sino más bien una necesidad de actualizar y fortalecer el marco legal para adaptarse a las nuevas formas de comercio digital. Destaca la importancia de emitir nuevas disposiciones que reflejen los cambios constantes en la sociedad y en la prestación de servicios.

4. Utilidad del Código de Protección al Consumidor:

Reconoce la utilidad del Código de Protección al Consumidor, aunque cuestiona su eficacia práctica debido a las limitaciones legales para imponer obligaciones o sanciones a empresas extranjeras no domiciliadas en el país.

5. Mecanismos internacionales de protección:

Propone el uso de tratados multilaterales o mecanismos de regulación internacional, posiblemente a través de la OMC, para fortalecer la protección del consumidor en casos que involucren plataformas globales como Airbnb.

En resumen, Maurice Pacheco Niño de Guzmán enfatiza la necesidad de adaptar el marco legal peruano para enfrentar los desafíos que plantean las plataformas de economía colaborativa como Airbnb, asegurando al mismo tiempo una protección efectiva de los derechos del consumidor frente a las nuevas dinámicas de mercado digital.

Los puntos de vista de los expertos enriquecen esta investigación, aportando profundidad, rigor y practicidad. Su experiencia y conocimiento especializado permiten una comprensión detallada de los problemas y desafíos específicos que enfrenta la regulación de plataformas como Airbnb en el contexto peruano. Además, al ofrecer diversas perspectivas basadas en sus áreas de especialización, trayectorias y experiencias prácticas, los expertos contribuyeron a identificar problemas y oportunidades que podrían pasar desapercibidos.

Sus opiniones también son cruciales para validar las hipótesis y lograr cumplir los objetivos, asegurando que las conclusiones sean sólidas y bien fundamentadas. Además, los expertos propusieron soluciones prácticas y viables, como mejoras en la aplicación de la ley o estrategias de cumplimiento, que podrían tener un impacto positivo en la protección del consumidor y la regulación de la competencia en el contexto específico de las plataformas digitales como Airbnb.

Al contextualizar los problemas dentro de un marco más amplio de políticas públicas y tendencias globales, los expertos también ayudan a destacar la relevancia y el impacto potencial de la investigación en la práctica y la política. Finalmente, la inclusión de perspectivas de expertos aporta credibilidad y rigor académico, fortaleciendo los argumentos y aumentando la confianza en los resultados y recomendaciones del estudio.

5.2. Pruebas de hipótesis

Corresponde en este capítulo sustentar el cumplimiento de los objetivos y la verificación de las hipótesis de la investigación, que se realizará en base al análisis de los antecedentes de investigación, las bases teóricas y los datos fácticos obtenidos de las entrevistas, teniendo en cuenta el enfoque y alcance de nuestra investigación. Es pertinente también mencionar que se tomará en cuenta el aporte de David Nelken y Volkmar Gessner

destacados académicos en el campo del derecho y la sociología del derecho: David Nelken, es un sociólogo y criminólogo británico conocido por su trabajo en sociología del derecho y criminología comparada. Ha investigado temas como la globalización del derecho y la justicia, la relación entre derecho y sociedad, y la sociología del castigo. Nelken ha escrito ampliamente sobre la teoría sociojurídica y las transformaciones del sistema legal en contextos diversos.

Volkmar Gessner, es un académico alemán especializado en derecho y economía. Sus áreas de investigación incluyen la regulación económica, el análisis económico del derecho, y la teoría y práctica de la competencia y la regulación. Gessner ha contribuido significativamente en la intersección entre derecho y economía, explorando cómo las decisiones legales y regulaciones afectan el comportamiento económico y las estructuras de mercado. Ambos académicos han dejado una marca importante en sus respectivos campos, proporcionando análisis profundos y teorías innovadoras que han influido en el estudio y la comprensión del derecho y la sociedad. Tanto David Nelken como Volkmar Gessner tienen contribuciones relevantes al estudio de la cultura jurídica, David Nelken, su trabajo en sociología del derecho y criminología comparada ha explorado cómo las culturas jurídicas varían entre diferentes sociedades y cómo estas diferencias afectan la aplicación y la percepción del derecho. Nelken examina cómo las normas, los valores y las prácticas jurídicas se entrelazan con las culturas sociales más amplias, influyendo en la forma en que se entienden y se aplican las leyes. Volkmar Gessner, aunque se centra más en el análisis económico del derecho y la regulación, su investigación también toca aspectos de la cultura jurídica. Gessner estudia cómo las normativas y las estructuras legales en diferentes contextos culturales afectan el comportamiento económico y las prácticas empresariales. Esto incluye examinar cómo las culturas jurídicas influyen en la conformidad con las leyes y en la efectividad de las regulaciones. Ambos académicos aportan perspectivas valiosas

sobre cómo la cultura jurídica influye en la aplicación y la interpretación del derecho, así como en la forma en que las sociedades interactúan con sus sistemas legales.

Nelken y Gessner (2007) han argumentado que la cultura jurídica no es simplemente un conjunto de normas y reglas, sino que también incluye valores, creencias y prácticas. Han sostenido que la cultura jurídica es un producto de la historia, la política y la sociedad, y que da forma a la forma en que se entiende y se aplica el derecho.

En esta investigación, se ha explorado cómo las perspectivas de David Nelken y Volkmar Gessner sobre cultura jurídica y análisis económico del derecho ofrecen perspectivas cruciales para entender los retos que enfrenta Airbnb en el contexto peruano. Nelken enfatiza cómo las diferencias culturales influyen en la percepción y aplicación de normas legales, destacando cómo esto puede afectar la regulación de la competencia desleal y la protección al consumidor en plataformas como Airbnb.

Por otro lado, Gessner (2005) examina cómo las estructuras legales y normativas impactan el comportamiento económico y empresarial, sugiriendo que las regulaciones existentes pueden no ser adecuadas para abordar las dinámicas específicas de plataformas digitales de hospedaje como Airbnb en Perú. En este sentido, este estudio subraya la necesidad de actualizar las regulaciones para abordar de manera más efectiva los desafíos emergentes en este sector, asegurando una protección sólida para los consumidores y promoviendo un entorno justo para la competencia en el mercado de hospedaje.

A continuación, nos referiremos al logro de los objetivos, teniendo en cuenta que el objetivo general del estudio fue, analizar de qué manera se da la existencia de competencia desleal y contravención a los derechos del consumidor en la plataforma Airbnb frente a empresas hoteleras en el Perú.

La hipótesis general: La manera como se da la existencia de competencia desleal en la plataforma Airbnb frente a empresas hoteleras en el Perú son:

- La ineficacia de la regulación específica de competencia desleal respecto a la plataforma AIRBNB.
- El uso de la plataforma AIRBNB no cumple con los parámetros exigidos para las empresas hoteleras

Al respecto se tiene que Gutiérrez (2016) en el trabajo de investigación “La competencia desleal en el supuesto de AIRBNB” que sirvió de antecedente a este estudio concluyó: En cuanto a la principal pregunta de este trabajo, concluyo con que no existe competencia desleal por parte de Airbnb y que determinadas exigencias podrían constituir más bien limitaciones injustas a una lícita actividad comercial. Respecto a este trabajo de la Universidad de Valladolid, nos encontramos de acuerdo con esta conclusión, a la que se arriba después de haber analizado principalmente desde un punto de vista de las Ciencias Económicas y Empresariales, la figura de participantes del mercado, concluyéndose que Airbnb pertenece a un mercado distinto, fundamentando que el mismo no se dirige al mismo grupo de consumidores, por lo tanto, no existe una competencia directa. Sin embargo, se sugiere que con base al principio de libertad de empresa y la defensa de la competencia la actividad de Airbnb es lícita y desarrolla su actividad dentro del campo de alojamiento turístico, la cual debería ser regulada de forma específica y urgente.

Por su parte Montaña (2018) en su trabajo de investigación “Análisis de competencia entre Airbnb y otras alternativas de alojamiento” que sirvió de antecedente a este estudio concluyó: Es necesario que el gobierno ponga en su agenda la discusión de la normativa. Los más afectados por este entorno competitivo desleal deben tener voz. Uno de los principales

motores de la economía española, el sector hotelero no debe verse gravemente dañado, pero debe ser cuidado y protegido. Traemos a colación este otro análisis desde una perspectiva de las Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad Pontificia de Comillas en Madrid, en el que por el contrario del anterior trabajo hace un estudio a la luz de la normativa del sector turístico, en el que se concluye que Airbnb demuestra que las reglas antes mencionadas que conducen a la competencia desleal pueden evitarse. Es así, que a la luz de la Ley de Competencia Desleal de España se hace referencia a que existe una ventaja competitiva adquirida mediante la infracción de las leyes, lo que permite a Airbnb rebajar sus costos. Sin embargo, nuestra posición respecto a esta conclusión, es que la autora no hace un análisis exhaustivo desde un punto de vista del Derecho, por ello no se acerca a que el espectro de las economías colaborativas en la actualidad, ya que estas no cuentan con alguna regulación específica. Con respecto al Perú a nivel jurisprudencial se tiene la RESOLUCIÓN 0084-2020/SDC-INDECOPI respecto a Competencia Desleal-Violación De Normas contra UBER PERÚ S.A. en el que Uber B. V. Condiciones de la Ley 1684 - ley que regula la prestación de servicios de taxi en la ciudad de Lima metropolitana que no compiten en el mercado de prestación de servicios de taxi. Porque esta actividad económica se realiza a través de una plataforma digital que incluye "Uber" - un servicio de intermediación. Desde este punto de vista, podría conectarse con una supuesta decisión tomada por el Juzgado de Indecopi sobre un caso similar contra Airbnb, donde dijo que Airbnb actúa como intermediario. Cuando existen ventajas competitivas, quien infringió la ley debe ser el único responsable, según el principio de causalidad establecido en el artículo 248.8 del Decreto Supremo 004-2019-JUS, que aprueba el Texto Único Ordenado de la Ley 27444: Ley del Procedimiento Administrativo General. Por lo tanto, al ser Airbnb intermediario los servicios brindados no pueden ser atribuidos a dicha empresa. En ese entendido, quedaría saneado el razonamiento de la autora en un escenario

peruano. Sin embargo, estamos de acuerdo con el planteamiento en que el Estado incluya el debate de la normativa específica en su agenda.

Ahora según nuestras bases teóricas, tenemos al Decreto Legislativo Nro. 1044, Decreto Legislativo que aprueba la Ley de Represión de la Competencia Desleal (200) en el inciso 2 del Artículo 6, Define la competencia desleal como un acto: un acto razonablemente contrario a las normas de buena fe en los negocios que debe conducir a la competencia en una economía social de mercado. Consideramos que la redacción general sobre Competencia Desleal es correcta, y puede incluir espectros innovadores en el mercado. Dado que la promoción de la libre competencia es deseable, ésta puede garantizarse siempre que exista una oferta uniforme de abundancia en un número ilimitado de empresas económicas. Es necesario y urgente hacer un análisis prolijo de cuál es el escenario actual de la intermediación digital, enmarcada en el caso específico de Airbnb, tarea que le corresponde al Estado para determinar medidas que garanticen el sistema de economía social de mercado.

Para referirnos a las Economías Colaborativas, es importante la definición que proporciona Bulchand (2018) en la que afirma, la economía colaborativa acoge diferentes formas de intercambio de bienes o servicios, basadas en plataformas alojadas en internet. Estas formas de intercambio cubren un amplio espectro, desde los casos en que compartimos por el mero placer de hacerlo hasta los casos en los que sobre todo buscamos el beneficio económico.

De nuestra investigación advertimos que esta categoría conceptual es actualmente muy debatida, porque inicialmente en el intento de desprender un análisis del significado del mismo, sugeriríamos que estamos frente a una alternativa originada gracias a la conexión que brindan las plataformas en internet, en el caso del hospedaje este tendría que apoyarse en el uso de esta plataforma. Y para que signifique una suerte de colaboración esta debería tener una conexión

directa entre los ofertantes y demandantes, mediante el dialogo constante con el objetivo de un beneficio mutuo. En el caso de Airbnb actualmente sería apresurado incluir, creemos que esta empresa ha crecido tanto que ha perdido la naturaleza originaria que la impulso, que es la de aprovechar el recurso ocioso de una habitación de una casa para ofrecerla a un huésped. Ahora en Airbnb, están ofertando empresas inmobiliarias, hoteles, hostales, departamentos, etc. Que tienen grados de especialización y profesionalización, por ello que la intención de incluirla dentro de economías de colaboración la rebaza. Caso que no se da por ejemplo con Couchsurfing, donde se puede conseguir alojamiento de forma gratuita.

De las entrevistas recabadas, 5 de 7 de expertos manifiestan que no existe competencia desleal por parte de la plataforma AIRBNB respecto al sector hotelero peruano, citándose por ejemplo al Dr. Christian Erick Romainville Chacón (entrevista N° 05), quien refiere: En mi consideración, no existe competencia desleal de la plataforma Airbnb, a razón de que dicha plataforma opera como intermediario entre anfitriones y potenciales huéspedes. Siendo así, Airbnb no concurre en el mercado brindando servicios de hospedaje que puedan calificar como presuntos actos de competencia desleal. Nosotros nos encontramos de acuerdo con esta afirmación, que sintetiza de forma breve y concisa porque Airbnb no haría competencia desleal frente a las empresas hoteleras.

Por el otro lado, solo un entrevistado, refiere que, si existe competencia desleal por parte de la plataforma AIRBNB respecto al sector hotelero peruano, en la (entrevista N°02), quien refiere: Considero que sí, pues no tienen regulación ni supervisión, así mismo tampoco tienen la obligatoriedad tributaria ya que hay muchas formas de eludir los impuestos de estas ganancias. Respecto a esta posición se hace referencia a inexistencia de títulos habilitantes para Airbnb, como la contribución tributaria, así como falta de supervisión. Ello en consecuencia que el Estado no ha previsto regular específicamente los alojamientos por corto tiempo

promocionados por plataformas. Como no existen dichas normas, se puede sugerir que Airbnb tiene cierta ventaja competitiva respecto a violación de normas. Sin embargo, el meollo de este caso es advertir que Airbnb propiamente no participa en el mercado como proveedor final del servicio, por lo tanto, no se puede equiparar su actuación con la de las empresas hoteleras. No obstante, estamos de acuerdo que el Estado debe regular la actuación de Airbnb como intermediario, en salvaguarda de la protección de los consumidores.

Por último, en la (entrevista 3), El Dr. Darío Efraín Morales Herrera refiere: En este momento no me siento en la capacidad de señalar que existe una clara situación de competencia desleal por parte de AIRBNB en perjuicio de empresas hoteleras, principalmente por mi desconocimiento de la normativa sectorial; sin embargo, existen indicios que podrían indicar que AIRBNB puede ser utilizado con el único objetivo de brindar los servicios de una empresa hotelera sin tener la regulación de una. Esta opinión, nos parece valiosa, ya que el entrevistado expresa con franqueza, que no puede dar una aseveración categórica porque no conoce de forma compendiosa el caso, la posición vertida representa la de la mayoría de los conocedores del Derecho que, de forma aparente, podrían concluir que existe una violación de normas por lo tanto una ventaja empresarial.

Como segunda parte, el entrevistado señala: Si bien el objetivo de Airbnb es utilizar cuartos/espacios libres de algunos inmuebles, a fin de que sus propietarios tengan un ingreso adicional; en la práctica ha terminado siendo una plataforma utilizada por empresarios del hospedaje de forma habitual, siendo su principal fuente de ingresos. Esta situación claramente muestra cómo Airbnb puede ser utilizada para evitar la normativa sectorial. Ahora, esto no es un problema de Airbnb exclusivamente, sino también de la normativa sectorial que no previó esta situación. En esta exposición estamos de acuerdo, con la observación de la actividad de Airbnb en la actualidad, en la que su actividad lucrativa es sustentada por los ingresos que

percibe principalmente por empresarios del hospedaje y no por hospedadores “anfitriones”. Hecho que el Estado debe regular para evitar conflictos entre estas innovadoras plataformas y las empresas hoteleras.

Con base en lo manifestado, podemos concluir que: La manera como se da la existencia de competencia desleal en la plataforma Airbnb frente a empresas hoteleras en el Perú son:

- La ineficacia de la regulación específica de competencia desleal respecto a la plataforma AIRBNB. De lo estudiado y analizado desprendemos que la regulación en Competencia Desleal es eficaz para tipificar actos de competencia desleal. Sin embargo, respecto a la plataforma Airbnb, su actividad no es de proveedor final por lo tanto no cabe la equiparación de competidor en el mercado. Ya que es una plataforma intermediaria que conecta ofertantes de alojamiento corto con demandantes de alojamiento corto.

- El uso de la plataforma AIRBNB no cumple con los parámetros exigidos para las empresas hoteleras. En este apartado confirmamos dicha hipótesis, pero advertimos que Airbnb no cumple con parámetros específicos porque no existe una regulación específica para dicha actividad.

La manera como se da la contravención a los derechos del consumidor en la plataforma AIRBNB es:

- inexistencia de regulación específica para la plataforma AIRBNB respecto a los derechos del consumidor
- debilidad de los entes administrativos para tutelar el respeto de los derechos de los consumidores

No encontramos tesis respecto a la contravención a los derechos del consumidor en la actividad de Airbnb. Por ende, al parecer no se ha hecho un estudio exhaustivo en este escenario. Sin embargo, de nuestros antecedentes respecto a las Economías colaborativas encontramos dos investigaciones de las que podemos desprender comentarios respecto a la protección de derechos del consumidor en un escenario de Airbnb.

Córdova, (2019) en sus tesis “Economía colaborativa: ¿Transformará la sociedad?”, para optar el título de Licenciado en Administración de Empresas en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Lima. Entre sus conclusiones tenemos esta:

- Los sistemas de calificación en las plataformas digitales no son del todo confiables y no necesariamente reflejan la calidad de la misma, pues pueden ser manipulados por los propios proveedores de servicios generando perjuicio a los usuarios.

Coincidimos con este apartado de sus conclusiones, ya que el control de la información alojadas en las plataformas digitales representa en la actualidad un desafío para recoger la verdadera percepción sobre el uso de estas por parte de los consumidores, lo cual realmente genera una asimetría informativa. Por lo cual pensamos que Airbnb, debe garantizar la veracidad de los servicios prestados, para aceptar publicarlos en su página. Utilizando mecanismos innovadores de fiscalización.

Por su parte Herrera, (2017) en su tesis "Preferencia de los turistas extranjeros millennials por Airbnb en Lima, Perú" para optar por el Título Profesional de Licenciada en Administración Hotelera en la Universidad San Ignacio de Loyola, entre sus principales conclusiones encontramos:

- Airbnb no ofrece servicios estándar porque no hay garantía absoluta sobre lo que puede esperar de la propiedad. El visitante no elige en una situación de completa incertidumbre, toma una decisión basada en la experiencia de otros viajeros: cree que las mejores propiedades son aquellas con buenas críticas y alto valor; sin embargo, los comentarios deben ser tratados con precaución y precaución.

Respecto al apartado anterior, nosotros coincidimos, ya que existe una incertidumbre con respecto a verdadero estado de los servicios. Por ello, para evitar sanciones por parte del órgano regulador, se debe fomentar alternativas por parte de Airbnb, para que la información alojada en su plataforma sea lo más veraz posible y se garantice al consumidor en caso de falsedad.

Ahora según nuestras bases teóricas encontramos importante resaltar el concepto de protección del consumidor.

Esta institución “protección del consumidor” Se encuentra regulada en el Artículo 65 de la Constitución Política del Perú, que establece:

El estado protege los intereses de los consumidores y consumidores. Para ello, se garantiza el derecho a la información sobre los productos y servicios disponibles en el mercado. En particular, vela por la salud y la seguridad de las personas.

Del párrafo anterior, además de que los productos y/o servicios disponibles en el mercado son los mismos, debemos distinguir las medidas de protección adoptadas por el gobierno frente a los consumidores que tienen derecho a la salud y la seguridad.

En el caso de las plataformas digitales, los mercados son transfronterizos y los servicios ofrecidos son el resultado del cambio tecnológico y deseo de una mejor calidad de vida para

los consumidores, por lo que sería necesario el fomento de las empresas de plataformas digitales para que garanticen con sus propias herramientas y medios, la protección a los derechos de los consumidores que utilizan su plataforma. Es decir que se respeten las normas que ya existen, y las acomoden a su escenario.

De las entrevistas recabadas, 6 de 7 de expertos manifiestan que existe o puede darse la contravención de los derechos del consumidor en el uso de la plataforma AIRBNB, y por la existencia de cláusulas abusivas. Citándose por ejemplo al Dr. Hugo Olimpio Carbajal Bazán (Entrevista 05) que desde su calidad de director ejecutivo en ACUREA – Asociación de Consumidores y Usuarios de la región Ancash, nos comparte su experiencia.

Respecto a la existencia de contravención de los derechos del consumidor en el uso de la plataforma AIRBNB: manifestó lo siguiente: No hemos investigado concretamente el caso de Airbnb (<https://www.airbnb.com.pe/>). Sin embargo, por nuestra experiencia en otras plataformas, se suele incluir cláusulas abusivas –absolutas y relativas– en sus términos y condiciones oponibles a los usuarios y consumidores. Por ejemplo, Airbnb incluye la cláusula N° 19 Limitaciones de responsabilidad en la cual se exonera de responsabilidad por pérdida de datos, daño informático o fallas del sistema en relación con la plataforma.

Nos parece muy importante esta advertencia dentro de las condiciones determinadas por Airbnb, que podrían comprometer los intereses de los consumidores. Pues a pesar de no ser intereses que parezcan evidentes, deben protegerse de todas formas.

Por otra parte 1 de 7 expertos, el Dr. Enrique Cavero Safra (Entrevista 01) manifestó sobre la existencia de contravención de los derechos del consumidor en el uso de la plataforma AIRBNB lo siguiente:

No, el interés primordial es la protección a los consumidores y ¿cómo es que se encuentran protegidos los consumidores generalmente? con información, en ese sentido la plataforma AIRBNB si brinda información a los consumidores antes de hacer uso de la plataforma, entonces depende del consumidor asumir las ventajas y desventajas de dicha plataforma, ahora respecto a la regulación de la plataforma AIRBNB no considero correcto que este orientado a prohibirles o permitirles realizar dichos actos, sino debe estar orientado a facilitar el acceso a los consumidores y que obtengan mayor información.

Respecto a esta posición coincidimos con la expresión que es la información brindada en la plataforma la que puede asegurar que se respeten los derechos de la persona consumidora y que el consumidor debe tener una conducta responsable con el uso de las plataformas y asumir las consecuencias de la adquisición de servicios. No obstante, debemos considerar primero que esta al ser una alternativa innovadora es nueva para muchos consumidores que ignoran las implicancias, el uso, la adaptación a estas herramientas. Segundo respecto a la puesta clara y verdadera de la información, existe una barrera importante, generada por la virtualidad. Lo que hace complicado que la absolución de dudas sea fluida, como si lo hace la presencialidad, apelando a la frase de que es necesario “ver para creer”, lo que daría una seguridad objetiva del servicio ofrecido. En entendido, sería difícil afirmar que los servicios ofrecidos en Airbnb hayan pasado por un riguroso proceso, que no represente peligro para los consumidores. Tercero, la existencia de cláusulas abusivas como ya se ha analizado anteriormente, es también un riesgo recurrente al pensar en vulneración a derechos del consumidor.

Con base a lo manifestado consideramos que podemos contradecir nuestra hipótesis general, siendo así, podemos concluir que: No se puede afirmar de forma categórica que exista contravención a los derechos del consumidor en la plataforma AIRBNB y que esta se de las siguientes maneras:

- Ausencia de disposiciones específicas para los derechos de los usuarios en la plataforma AIRBNB. De la revisión de nuestros marcos teóricos, se puede concluir que el Código de Protección y Defensa del Consumidor contenido en la LEY N° 29571, es una excelente herramienta legal para garantizar la protección y defensa de los consumidores. Sin embargo, no se menciona la economía colaborativa, las plataformas y/o el comercio electrónico. Creemos que es importante alinear las reglas con las realidades de este nuevo modelo de negocio.
- Incumplimiento de los derechos de los consumidores por parte de los órganos ejecutivos; El Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (Indecopi), es el órgano administrativo clave que vela por que se respeten los derechos de los consumidores. Como compañía de suscripción y gestión, debemos adaptarnos a los nuevos tiempos e intentar estar a la vanguardia de las innovaciones El Indecopi es una entidad técnica, especializada con un trabajo intenso, fruto de ello ha recibido reconocimiento por parte. Indecopi es una empresa técnica especializada en operaciones críticas, por lo que está acreditada por La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) y el Banco Interamericano de Desarrollo (BID). En base a ello, dicho organismo ha elaborado recomendaciones para la protección del consumidor en materia de comercio electrónico y seguridad de los productos hasta 2021, con el objetivo de establecer estándares mínimos de cumplimiento en las transacciones digitales y cómo garantizar los derechos de los consumidores. Fortalecer las instituciones y fomentar la resolución de disputas no analíticas en los procesos de aprobación institucional.

De esta forma, podemos advertir que la institución realiza los esfuerzos necesarios para no quedarse atrás y ello de ninguna manera representa una debilidad, ya que es

natural que antes de cualquier dación de norma antes debe generarse un análisis, estudio y/o debate, lo cual implica un natural retraso respecto a regular el mercado en nuevos escenarios digitales. Aunque es necesario reconocer que los recursos operativos resultan escasos, característica propia de la administración pública, y los vacíos legales que pueden existir en la normativa tuitiva de derechos del consumidor, que no permite prever una defensa de forma oportuna y efectiva.

De esta manera cumplimos con el objetivo general formulado: “Analizar la manera como se da la existencia de competencia desleal y contravención a los derechos del consumidor en la economía de plataforma Airbnb frente a empresas hoteleras en el Perú”

Sobre el primer objetivo e hipótesis específicos

- Objetivo: Explicar los motivos de Ineficacia de la regulación específica de competencia desleal respecto a la plataforma AIRBNB.
- Hipótesis: La manera como se da la ineficacia de la regulación específica de competencia desleal respecto a la plataforma AIRBNB son; La ineficacia de la regulación específica de competencia desleal respecto a la plataforma AIRBNB.

De nuestra investigación sobre el análisis de la regulación de Competencia Desleal, ha resultado que no existen motivos que acaezcan en ineficaces al momento de regular la actividad de Airbnb.

Sobre el segundo objetivo e hipótesis específicos

- Objetivo: Determinar si existe incumplimiento de los parámetros exigidos para las empresas hoteleras.

- Hipótesis: La manera como se usa la plataforma AIRBNB no cumple con los parámetros exigidos para las empresas hoteleras, respecto a los requisitos, que si cumplen las empresas hoteleras.

De nuestra investigación sobre la existencia de incumplimiento de parámetros, requisitos que cumplen las empresas hoteleras y no los Airbnb. Desprendemos que no existe una regulación específica para Airbnb en el que exija títulos habilitantes para su funcionamiento.

Sobre el tercer objetivo e hipótesis específicos

- Objetivo: Examinar los motivos de la inexistencia de regulación específica para la plataforma AIRBNB respecto a los derechos del consumidor.
- Hipótesis: La manera como se da la inexistencia de regulación específica para la plataforma AIRBNB respecto a los derechos del consumidor, es la inexistencia de normas para la plataforma AIRBNB respecto a los derechos del consumidor a nivel nacional.

Nuestra investigación sobre los motivos de regulación específica en base de Consumidor en el caso de Airbnb, observamos que no existe regulación específica. Corroborando de esta forma nuestra hipótesis. Sin embargo, con las normas actuales se puede acudir al órgano correspondiente para denunciar vulneración a los derechos del consumidor.

Sobre el objetivo cuatro e hipótesis específicas

- **Objetivo:** Evaluar si existe debilidad de los entes administrativos para exigir el respeto de los derechos de los consumidores.
- **Hipótesis:** La manera como se da la debilidad de los entes administrativos para tutelar el respeto de los derechos de los consumidores, es la debilidad de INDECOPI para tutelar los derechos de los consumidores frente a la plataforma AIRBNB.

De nuestra investigación sobre la debilidad de Indecopi para tutelar los derechos de los consumidores frente a Airbnb, notamos que a la fecha no existe ninguna queja, denuncia, respecto a vulneración de Derechos del Consumidor, ante Indecopi, ello por la respuesta de Acceso a la Información Pública a Indecopi, sede Central. Así mismo, el Código del Consumidor advierte que, en caso de controversia entre proveedores y consumidores, el proveedor debe ser el proveedor final, así como el consumidor. En el caso de Airbnb, creemos que no entraría en este conflicto ya que consideramos que es un intermediario. En la actualidad existen propuestas de regulación de regulación del comercio electrónico. En las que se busca salvaguardar los derechos de los consumidores frente al comercio electrónico y plataformas digitales.

Finalmente se agrega que, la regulación de la economía colaborativa es un tema complejo y multifacético que depende de varios factores. A continuación, se presentan algunos argumentos a favor y en contra de dicha regulación, así como algunas consideraciones que podrían guiar la decisión sobre si y cómo debe regularse.

Los argumentos a favor de la regulación son “protección del consumidor” es un argumento fuerte a favor de la regulación. La regulación puede garantizar que los servicios y productos ofrecidos a través de plataformas de economía colaborativa cumplan con estándares mínimos

de seguridad y calidad. Además, puede exigir que las plataformas proporcionen información clara y veraz a los consumidores sobre términos y condiciones, precios, y características de los servicios o productos, asegurando así que los derechos del consumidor sean respetados, incluyendo el derecho a la devolución, garantías, y la protección contra cláusulas abusivas.

En segundo lugar, la regulación puede promover la “competencia leal”. Puede ayudar a nivelar el campo de juego entre las plataformas de economía colaborativa y los negocios tradicionales, evitando ventajas competitivas injustas derivadas de la falta de regulación. Asimismo, garantiza que las plataformas y los proveedores que operan a través de ellas paguen impuestos justos, contribuyendo así a la economía y evitando la competencia desleal con los negocios tradicionales.

Por último, la regulación puede mejorar la seguridad y bienestar. Establece derechos y protecciones para los trabajadores que operan a través de estas plataformas, asegurando condiciones de trabajo justas y seguridad social. En sectores como el alojamiento y el transporte, la regulación puede asegurar que se cumplan las normas de seguridad y salud, protegiendo así tanto a los consumidores como a los proveedores.

Por otro lado, la falta de regulación puede impulsar la “innovación y flexibilidad”. La ausencia de restricciones permite una mayor flexibilidad e innovación, permitiendo que las plataformas experimenten y desarrollen nuevos modelos de negocio sin trabas burocráticas. Además, las plataformas pueden adaptarse rápidamente a las necesidades del mercado y los cambios tecnológicos sin estar limitadas por regulaciones estrictas.

Sin embargo, la regulación puede imponer “cargas administrativas y costos” adicionales tanto a las plataformas como a los proveedores individuales, lo que podría desincentivar la participación y limitar el crecimiento del sector. Las regulaciones excesivas podrían crear

barreras de entrada para nuevos actores, limitando la competencia y la diversidad de opciones disponibles para los consumidores.

Es crucial encontrar un equilibrio entre la protección del consumidor y la promoción de la innovación y el crecimiento económico. Las regulaciones deben ser proporcionadas y diseñadas para abordar riesgos específicos sin sofocar la innovación.

Además, es fundamental involucrar a todas las partes interesadas, incluidos los consumidores, las plataformas, los proveedores y los reguladores en el proceso de creación de normas. Esto puede ayudar a desarrollar un marco regulatorio que sea justo y efectivo.

Finalmente, las regulaciones deben ser flexibles y revisadas periódicamente, para asegurarse de que siguen siendo relevantes y efectivas en un entorno tecnológico y de mercado en constante cambio.

En conclusión, la regulación de la economía colaborativa es necesaria en muchos casos para garantizar la protección del consumidor, la competencia leal y la seguridad pública. Sin embargo, dicha regulación debe ser equilibrada y flexible para no sofocar la innovación y el crecimiento del sector.

Para finalizar el análisis se precisa que, la normativa peruana sobre Competencia Desleal, establecida principalmente en el Decreto Legislativo 1044, proporciona un marco sólido y bien desarrollado para abordar conductas desleales en el mercado. Este decreto permite identificar y sancionar prácticas desleales de manera efectiva, ya que define claramente los elementos y supuestos necesarios para calificar una conducta como desleal. En el contexto de Airbnb, esta normativa es suficiente para evaluar y abordar posibles conductas desleales, ya que se enfoca en proteger la competencia justa y los derechos de los consumidores.

Airbnb opera como una plataforma de intermediación, conectando a huéspedes con anfitriones que ofrecen sus propiedades para alquilar a corto plazo. A diferencia de los proveedores directos de servicios hoteleros, Airbnb no gestiona ni opera directamente los alojamientos. La regulación específica para el funcionamiento de Airbnb y su alineación con las normativas hoteleras dependería de la acción gubernamental. Hasta que no se establezcan regulaciones específicas para plataformas como Airbnb, cualquier análisis sobre el cumplimiento de los parámetros hoteleros es prematuro.

Los hoteles operan bajo un marco regulatorio especializado que asegura un alto grado de profesionalización y cumplimiento de normas estrictas. Por otro lado, los alquileres a corto plazo ofrecidos a través de plataformas como Airbnb tienen una naturaleza distinta, basándose en el uso de recursos ociosos y ofreciendo una experiencia de hospedaje más flexible y menos regulada. Los anfitriones son responsables de garantizar que se cumplan las condiciones del servicio contratado, manteniendo así la diferenciación entre hoteles y alquileres a corto plazo.

El Estado peruano, a través de normativas locales, asigna a las municipalidades la responsabilidad de fiscalizar los alquileres independientes a corto plazo, otorgando licencias de funcionamiento y asegurando el cumplimiento de los títulos habilitantes. Asimismo, la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT) es responsable de gravar los impuestos correspondientes a estos alquileres. Este marco asegura que los alquileres a corto plazo estén sujetos a regulaciones y contribuyan fiscalmente.

Los alquileres a corto plazo han evolucionado de ser una actividad ocasional a convertirse en negocios rentables y permanentes, facilitados por plataformas como Airbnb. Esta transformación ha llevado a una mayor profesionalización y especialización en la oferta de estos servicios, con propietarios que adaptan sus espacios para maximizar el rendimiento a

través de estancias consecutivas de huéspedes. Esta evolución destaca la necesidad de considerar un marco regulatorio adecuado que contemple esta nueva realidad del mercado.

Aunque no existe una regulación específica para defender los derechos del consumidor en el contexto de plataformas como Airbnb, el Código de Protección y Defensa del Consumidor de Perú proporciona un marco adecuado para amparar dichos derechos. Sin embargo, dado el crecimiento y la particularidad de las plataformas intermediarias, es necesario actualizar y adaptar este código para abordar eficazmente los desafíos específicos que presentan estas plataformas.

Las instituciones encargadas de tutelar los derechos del consumidor en Perú, aunque especializadas y técnicas, enfrentan desafíos significativos debido a la gran carga de trabajo y la limitación de recursos. Esta situación puede comprometer la eficiencia y efectividad en la protección de los derechos de los consumidores, subrayando la necesidad de fortalecer estas instituciones mediante una mejor dotación de recursos y posiblemente una reestructuración de sus competencias y capacidades operativas.

CONCLUSIONES

PRIMERA

La regulación sobre la Competencia Desleal en nuestro país no es ineficaz. La figura de Competencia Desleal está bien desarrollada y los supuestos son puntuales y hay apertura para otros supuestos que impliquen la Competencia Desleal. Además, el D.L. 1044 posibilita desprender los elementos esenciales para calificar una conducta como desleal. En el escenario de análisis de la plataforma Airbnb respecto a la Competencia Desleal, esta norma es suficiente.

SEGUNDA

Airbnb no participa en el mercado hotelero como un proveedor directo del servicio, sino como un medio de intermediación entre huéspedes y anfitriones. Por lo tanto, el que se creen títulos habilitantes para el funcionamiento de Airbnb dependerá del gobierno a través de las instituciones pertinentes. Recién en ese escenario sería posible un análisis respecto al incumplimiento de los parámetros exigidos para las empresas hoteleras.

TERCERA

Las exigencias para la actividad de servicio de hospedaje de corto tiempo en este caso los hoteles son exigencias establecidas en un marco normativo para regular su actividad que tiene grado de especialización y profesionalización. Este no debería ser el caso de los alquileres de corto tiempo ya que estas tienen la naturaleza de ser espacios que a partir de un recurso ocioso ofrece hospedaje a huéspedes con menores exigencias, por lo que los anfitriones quienes ofrecen dicho alquiler son los responsables de brindar el servicio contratado en la plataforma.

CUARTA

El estado ha previsto respecto a los alquileres independientes, normas a nivel local, con la que son las municipalidades responsables de fiscalizar y a través del cumplimiento de títulos habilitantes, otorgar licencias de funcionamiento. De igual forma la Superintendencia de Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria grava los impuestos correspondientes a alquileres.

QUINTA

De un tiempo a esta parte los alquileres independientes de corto tiempo han evolucionado a negocios con fines de lucro permanente, resultado de la ventaja del uso de plataformas como la más famosa Airbnb, para poder asegurar el alquiler de corto tiempo de huéspedes con estancias diferentes, pero de forma consecutiva. Brindando de esta forma el servicio de forma continua y generando especialización. Ya que los espacios que destinan a esta actividad económica han ido creciendo, convirtiéndose así en un negocio rentable.

SEXTA

No existe una regulación específica respecto a la defensa de los derechos del consumidor respecto al uso de plataforma de Airbnb, sin embargo, consideramos que el Código de Protección y Defensa del Consumidor, considerado como instrumento idóneo y óptimo con respecto al amparo de los derechos de los consumidores, no obstante, es preciso realizar una actualización en relación al tratamiento de plataformas intermediarias.

SÉPTIMA

Las instituciones que tutelan los derechos del consumidor son entes especializados, técnicos y con trabajos arduos, sus esfuerzos pueden resultar insuficientes debido a la gran carga de materias de competencia, a la escasa percepción de recursos lo cual puede significar una no tan eficiente protección por los intereses y derechos de los consumidores.

RECOMENDACIONES

PRIMERA

Recomendamos la aprobación del Proyecto de Ley propuesto y su posterior publicación como Ley en el Diario el Peruano, que tiene como título: Proyecto de ley que regula las empresas administradoras de plataforma tecnológica de intermediación del servicio de hospedaje y creación del registro nacional con el objetivo de regular a las empresas administradoras de plataforma tecnológica de intermediación del servicio de hospedaje y creación del registro nacional de los anfitriones, con el propósito de salvaguardar los derechos de los consumidores, así como fomentar la mejora y calidad del servicio.

SEGUNDA

Es necesaria una apertura al tratamiento que vaya a tener por regulación del estado, en relación a las empresas administradoras de plataforma tecnológica de intermediación del servicio de hospedaje, que son nuevas formas de consumo de servicio que han venido para quedarse, movilizan la economía, reducen barreras y sin duda representan grandes desafíos para el Derecho.

TERCERA

Se recomienda a las instituciones gubernamentales como INDECOPI, Mincetur, que desarrollen un amplio debate, estudio sobre las plataformas digitales que ofrecen intermediación de servicios de hospedaje (Airbnb) con la finalidad de lograr un entendimiento homogéneo respecto al tratamiento de estas intermediarias y usando técnicas del análisis económico del derecho, puedan trabajar sobre normativas claras de esta manera dar garantía al

derecho de la personas consumidoras y prever situaciones que generen ventajas por la no existencia de regulación específica.

CUARTA

Consideramos que es oportuna la existencia de una institución especializada en Derecho del Consumidor, ya que el INDECOPI, a pesar de hacer los esfuerzos para garantizar la no vulneración de derechos del consumidor, no compensa la importancia que tiene velar por estos intereses, a través de la educación y prevención, sobre todo. Hacemos realce que esta nueva entidad deba contar con autonomía como es en organización, presupuesto, tecnicidad, especialidad, etc.

QUINTA

Se recomienda a la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT) y MINCETUR colaborar para desarrollar políticas que reconozcan y regulen adecuadamente los alquileres de corto tiempo como una actividad económica formal y profesionalizada, con el fin de asegurar una correcta tributación y protección tanto para los anfitriones como para los consumidores.

SEXTA

Se recomienda a INDECOPI y la Dirección General de Protección al Consumidor realizar una actualización del Código de Protección y Defensa del Consumidor para incluir disposiciones específicas sobre las plataformas intermediarias como Airbnb, con el fin de asegurar una adecuada defensa y protección de los derechos de los consumidores en el uso de estos servicios.

SÉPTIMA

Se recomienda a INDECOPI y la Dirección General de Protección al Consumidor gestionar un aumento en el presupuesto y recursos humanos dedicados a la protección de los derechos del consumidor, con el fin de mejorar la eficiencia y efectividad en la tutela de estos derechos, permitiendo una respuesta más rápida y adecuada a las necesidades de los consumidores. Además, se sugiere la implementación de programas de capacitación continua para el personal, asegurando así un alto nivel de especialización técnica.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Achahui, D. R. (2020). *La economía colaborativa y el impuesto a la renta, caso AIRBNB, ciudad del Cusco, periodo 2018*. Tesis para optar al título profesional de Contador Público en Universidad Andina de Cusco. http://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/UAC/3541/1/David_Tesis_bachiller_2020.pdf
- Aguila Grados, C., & Gallardo Michelot, M. (2018). *El ABC del Derecho, Competencia*. Lima: San Marcos EIRL.
- Aguilar, U. M. (2018). *Los retos jurídicos de los esquemas de economía compartida: Caso uber* Monografía de Grado de Abogado. Medellín. Universidad EAFIT. <https://repository.eafit.edu.co/handle/10784/8266#.WPlmp7s18y4>
- Airbnb. (2015). *Información para anfitriones en Colombia*. <https://www.airbnb.com.pe/help/article/3112/informaci%C3%B3n-para-anfitriones-en-colombia#section-heading-9-0>
- Airbnb. (2017). *Ser un anfitrión responsable en Francia*. https://www.airbnb.com.pe/help/article/1383/ser-un-anfitri%C3%B3n-responsable-en-francia?_set_bev_on_new_domain=1659459880_ZTQxMmU0MWZIMmM3
- Airbnb. (2022). *Centro de Ayuda de Airbnb*. <https://www.airbnb.com.pe/help/article/3111/s%C3%A9-un-anfitri%C3%B3n-responsable-en-colombia>
- AIRBNB. (s.f.). *Anfitriones responsables en Chile*. <https://www.airbnb.com.pe/help/article/2619/anfitriones-responsables-en-chile#regulations>
- Alfonso, S. R. (2016). Economía colaborativa: Un nuevo mercado para la economía social". *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*. <https://ojs.uv.es/index.php/ciriecespana/article/view/9255/9553>
- Allen, D., & Berg, C. (2014). *The sharing economy: How over-regulation could destroy an economic revolution*. 1-40. Institute of Public Affairs.
- Ampudi, M. (2020). *Indecopi: La publicidad no debe infringir el principio de adecuación social*. <https://www.facebook.com/miguelampudiab>, 2020

- Antinori, D. L. (2016). *La problemática jurídica en torno a las plataformas de economía colaborativa que operan en el Perú*. (Tesis para optar el título de Abogado en la Universidad Privada del Norte. Piura). <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/10903?show=full>
- Aprueban las Secciones Primera y Segunda del Rof de Indecopi*. (s.f.). <https://www.bvu.pe/wp-content/uploads/2021/06/aprueban-las-secciones-primera-y-segunda-del-rof-de-indecopi.pdf>
- Aramayo, A., Gagliuffi, I., Maguiña, R., Rodas, C., Sosa, A., & Stucchi, P. (2013). *Análisis de las funciones del Indecopi a la luz de las decisiones de sus órganos resolutivos-Competencia Desleal y Regulación Publicitaria*. Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de Protección de la Propiedad Intelectual (Indecopi). https://repositorio.indecopi.gob.pe/bitstream/handle/11724/5559/competencia_desleal.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Aranzamendi, L. (2009). *Guía Metodológica de Investigación Jurídica*. Editorial Adrus S.R.L.
- Aranzamendi, L. y Humpiri, J. (2021). *Ruta para hacer la tesis em Derecho*. GRILEY.
- Arciniegas, J. D. (2020). *Airbnb bajo la ley de competencia desleal en Colombia*. Universidad Externado de Colombia.: https://dernegocios.uexternado.edu.co/airbnb-bajo-la-ley-de-competencia-desleal-en-colombia/#_ftn45
- Ayala, J. E., & Velásquez J. (15 de Marzo de 2014). *Contrato de hospedaje*. de <https://es.slideshare.net/eduardoayalatandazo/hospedajecodigo-civil-peruano>.
- Baltazar, D. C. (junio de 2007). *Tratado de derecho del consumidor en el Perú: Doctrina, Legislación, Instituciones, Jurisprudencia internacional, Nuevas perspectivas de Desarrollo*. Ira, 746. Fondo Editorial USMP.
- Bernet, M. (2018). *El ámbito subjetivo de aplicación de la Ley de competencia desleal*. Revista Ius et Praxis, 461.
- Bobadilla, M. (14 de January de 2021). *¿Canceló una reserva en Airbnb? Sernac responde: “Tienen que devolverle íntegramente el dinero.”*. <https://www.pauta.cl/economia/sernac-cancelaciones-viajes-vacaciones-dinero>
- Britz, S. J. (1992). *Los contratos civiles, nuevas perspectivas*. Comares.

- Bullard, & Patron. (2019). *El otro poder electoral: Apuntes sobre la experiencia peruana en materia de protección contra la competencia desleal*. Themis.
- Cabanellas, G. (1983). *Derecho antimonopolico y defensa de la competencia*. Heliasta.
- Cabello, A. (16 de agosto de 2016). *Consumo colaborativo*. doi:<https://economipedia.com/definiciones/consumocolaborativo.html#:~:text=Dicha%20idea%20supone%20un%20cambio,platafor mas%20peer%2Dto%2Dpeer>.
- Cambronne Avocats. (16 de September de 2020). *Concurrence déloyale : conditions, procédures et sanctions* . e <https://cambronne-avocats.fr/actualite/droit-des-affaires/action-concurrence-deloyale/>
- Canahuire, A. E., Endara, F. y Morante, E. A. (2015). *¿Cómo hacer la tesis universitaria". Una Guía para investigadores*. Universidad Andina del Cusco. <http://biblioteca.unp.edu.pe/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=19339>
- Casajuana, J. L. (2020). *¿Qué es la competencia desleal?:* <https://jlcasajuanaabogados.com/que-es-la-competencia-desleal/>
- Casajuana, J. L. (2020). *¿Que es la competencia desleal?"*. e Casajuana Abogados.: <https://amp.es.what-this.com/search/1?q=desleal&kw=1>
- Cass. com (1976).
- Castro Cuba, I. E. (2019). *Investigar en Derecho. Texto de apoyo a la docencia*. Universidad Andina del Cusco, Escuela de Posgrado.
- Chuquitapa, D. (2020). *Guía práctica para la Protección mediante secretos empresariales*. Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (Indecopi).
- Code civil français (1804).
- Código Civil Peruano. (1984). Decreto Legislativo N.º 295.
- Codigo de Protección y Defensa del Consumidor, Ley N° 29571 (1 de Setiembre de 2010).
- Código de Protección y Defensa del Consumidor, Ley N° 29571 (1 de Setiembre de 2010).
- Comisión Nacional de los Mercados y la Comisión. (2013). *¿Qué es la competencia?* e CNMC Blog: <https://blog.cnmc.es/2013/12/10/que-es-la-competencia/>
- Constitución Política de Colombia (1997).

- Contreras, O. (2012). *La competencia desleal y el deber de corrección en la Ley Chilena*. U.C.
- Contreras, O. (2020). *La competencia desleal y el deber de la corrección en la ley chilena*. Ediciones Universidad Católica de Chile.
- Córdova, H. (2018). *Economía colaborativa: ¿Transformará la sociedad?*. Tesis para optar el título de Licenciado en Administración de Empresas.
- Corte de Casación, Cámara Comercial, recurso núm. 06 -13.421 (22 de mayo de 2007).
- Cruz Camargo, D. M. (2014). *La competencia desleal en Colombia, un estudio sustantivo de la ley*. Universidad Externado de Colombia.
- CUAAD UdeG. (25 de abril del 2024). *Cátedra Manuel Castells, Conferencia Magistral: "La Ciudad Digital"* [Archivo de Vídeo]. Youtube. <https://youtu.be/hkPixFXB22c>
- D.Leg. Nro. 1044, *Decreto Legislativo que aprueba la Ley de Represión de la Competencia Desleal*. (25 de junio de 2008). Diario Oficial El Peruano.
- Decisión 486, R. C. (2000). *La Comisión de la Comunidad Andina*.
- Decreto Legislativo N° 1044, *Decreto Legislativo que aprueba la Ley de Represión de la Competencia Desleal* (25 de Junio de 2008).
- Definición.De, (2014). *Regulación*.
<https://definicion.de/regulacion/#:~:text=Regulaci%C3%B3n%20es%20la%20acci%C3%B3n,y,dentro%20de%20un%20determinado%20%C3%A1mbito>
- Definición.De. (2021). *nform*. <https://definicion.de/informal/>
- Delgado, J. (27 de febrero de 2020). *¿Qué es el principio de primacía de la realidad en la protección del consumidor?*. <https://lpderecho.pe/que-principio-primacia-realidad-proteccion-consumidor-jaime-delgado-zegarra/#:~:text=El%20principio%20de%20primac%C3%ADa%20de%20la%20realidad%20consagrado%20en%20nuestra,%E2%80%9Capariencias%20legales%20artificiosas%E2%80%9D%2C%20lo>
- Dempsey. (2006). *Para estancias cortas, un hogar lejos del (costoso) hotel*. New York Times. <https://www.nytimes.com/2006/07/09/business/yourmoney/09flat.html>

- Díez-Picazo, L. (2003). *Fundamentos del Derecho Civil Patrimonial*. Madrid, España: Editorial Civitas.
- Directiva Única que Regula los Procedimientos de Protección al Consumidor, Resolución N° 000049-2021-Pre/Indecopi (INDECOPI 28 de 04 de 2021).
- Durand, J. (2007). *Tratado de Derecho del Consumidor en el Perú*. Fondo Editorial de la Universidad de San Martín de Porres.
- Durand, J. (2019). *Aproximación a una teoría de los derechos humanos del consumidor en el mercado global y su tratamiento en el derecho constitucional peruano*. *Revista Prolegómenos*, 117-142.
- Echaiz, D. (2012). *El derecho del consumidor a la seguridad*. *Ius et Praxis*. Revista de la Facultad de Derecho, 105-124.
- Economipedia. (22 de marzo de 2021). *Economía Colaborativa*. <https://economipedia.com/definiciones/economia-colaborativa.html>
- El País. (14 de abril de 2016). *Los hoteleros de Chile, contra Airbnb y Niumba por competencia desleal*. *El País*. https://elpais.com/economia/2016/04/14/actualidad/1460620718_189942.html
- Emparanza, A. (2000). *El boicot como acto de competencia desleal contrario a la libre competencia*. Civitas Ediciones S.L.
- Española, R. (2020). *Diccionario de la lengua española*.
- Espinoza, J. (2021). *Derecho de los Consumidores*. Pacífico Editores S.A.C.
- Espinoza, J. E. (2021). *Derecho de los Consumidores*. Instituto Pacífico.
- Europapress. (2018). *El fundador de P2P asegura de que Uber y Airbnb "aumentan la precariedad de la sociedad"*. e europapress: <https://www.europapress.es/islas-canarias/noticia-fundador-p2p-asegura-uber-airbnb-aumentan-precariedad-sociedad-20181129182329.html>
- Farina, M. J. (1995). *Defensa del Consumidor y del Usuario*. Editorial Astrea.
- Fernández, J. C. (2017). *Contrato turístico*. <https://prezi.com/hzbmkpzog8dx/el-contrato-turistico/>

- Fernández, M. M. (2020). *El trueque solidario: una estrategia de supervivencia ante la crisis argentina 2001*. Revista Pueblos y Fronteras Digital. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-41152009000100005
- Fernández, M., Urteaga, P. y Verona A. (2015). *Guía de Investigación en Derecho*. Pontificia Universidad Católica del Perú. <https://cdn02.pucp.education/investigacion/2016/06/16192021/Guia-de-Investigacion-en-Derecho.pdf>
- Fernández, V. (2016). *Implicancias Fiscales del Consumo Colaborativo, Un análisis de la tributación de Airbnb*. Trabajo de Fin de Grado de Derecho Barcelona. Universidad Autónoma de Barcelona. Facultad de Derecho. https://ddd.uab.cat/pub/tfg/2017/170873/TFG_vfernandezcobo_dret.pdf
- Finanzas Publicas de la Republica Francesa. (s.f.). *Comment déclarer mes revenus issus de la location meublée ? e Comment déclarer mes revenus issus de la location meublée ?*: https://www.impots.gouv.fr/sites/default/files/media/1_metier/1_particulier/EV/1_declarer/141_autres_revenus/eco-collabo-fiscal-logement-meuble.pdf
- Florido, M. (2018). *Tipos de competencia y sus características. Análisis de la Competencia..*
- Forero, R. (2012). *Contratos*. Tomo I: Parte General. Ediciones Legales.
- Fuentes, J. (2016). *Reflexiones en torno al derecho de elegir libremente entre productos y servicios: un breve analisis casuístico*. *Derecho & Sociedad* 47, 283-292.
- Gagliuffi, I. (2013). *Análisis de las funciones del Indecopi a la luz de las decisiones de sus órganos resolutivos - Competencia Desleal y Regulación Publicitaria*.
- García, M. (2019). *Derecho de los Contratos*. Editorial Jurídica.
- García, M. S. (2004). *Competencia Desleal: actos de desorganización del competidor*. 63-64. Lexis Nexis.
- Gessner, V., & Nelken, D. (2007). *European Ways of Law: Towards a European Sociology of Law*. Hart Publishing.
- Gessner, V. (2005). *Law and Society: A Sociological Introduction*. Routledge.
- Gil, J. (2018). *¿Cómo regular el hospedaje entre particulares? Criterios de regulación utilizando el caso de Airbnb*. Thompson-Reuters Aranzadi.

- Giraldo, V. (14 de Febrero de 2019). *Plataformas digitales: ¿Qué son y qué tipos existen?*
<https://rockcontent.com/es/blog/plataformasdigitales/#:~:text=Las%20plataformas%20digitales%20son%20soluciones,lugar%20a%20trav%C3%A9s%20de%20internet.&text=Algo%20que%2C%20sin%20las%20plataformas,un%20equipo%20de%20trabajo%20reducido>
- Gomez, H. (2009). *El rol instructor de la Secretaría Técnica de la Comisión de Defensa*.
 Revista de Derecho Administrativo N° 7, 472-483.
- González , S., & Urrutia, D. (2018). *Percepción De Airbnb en los Usuarios de Hospedaje*.
 Santiago de Cali: Universidad Icesi Facultad de Ciencias Económicas Y Administrativas Departamento de Mercadeo.
- Gouv.fr. Ministerio de Economía, F. y. (2017). *Plateforme Airbnb : La Commission européenne et les autorités nationales de la consommation dénoncent certaines pratiques qui doivent être corrigées*.
<https://www.economie.gouv.fr/dgccrf/plateforme-airbnb-commission-europeenne-et-autorites>
- Herrera, M. P. (2017). *Preferencia de los turistas extranjeros millennials por Airbnb en Lima, Perú. Tesis para optar por el Título Profesional de Licenciada en Administración Hotelera en la Universidad San Ignacio de Loyola*.
http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/2778/1/2017_Herrera_Preferenciade-los-turistas-extranjeros.pdf
- Hundskopf , O., Ezcurra, H., Aguilar , A., Cordova , E., Zuñiga, M., Rodriguez, G., Castellares, R. (2010). *Manual de Actualización Comercial*. Gaceta Juridica.
- Icaza, E. F., & Pacheco, K. E. (2016). *Análisis del turismo colaborativo y su posible implicación como competencia desleal en servicios de alojamiento en la ciudad de Guayaquil*. Caso Airbnb. Tesis para obtener el título de Ingeniero en.
<http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/6415>
- INDECOPI. (2015). *Tus Derechos*. <https://www.consumidor.gob.pe/tus-derechos>
- Jara, V. M. (2003). *Protección jurídica contra la competencia desleal en los países de la Comunidad Andina. Pautas para su tratamiento en el Ecuador* (Tesis de Posgrado).
 Universidad Andina Simón Bolívar.
- Khemani, S. (1993). *Objetivos de la política de la competencia*. ADRUS.

- L'hôtellerie assigne Airbnb en justice pour concurrence déloyale. . (6 de November de 2018).
e L'Opinion: <https://www.lopinion.fr/economie/lhotellerie-assigne-airbnb-en-justice-pour-concurrence-deloyale>
- La DGCCRF, une direction au cœur de l'économie réelle. (14 de 01 de 2020). *Gestion Finances Publiques*, 40-52. e <https://doi.org/10.3166/gfp.2019.6.007>
- Lamet, P. (2018). *Contratos de Adhesión: Teoría y Práctica*. Palestra Editores.
- Landoni , A. (1998). Nuevas orientaciones en la tutela jurisdiccional de los intereses difusos. *Revista Peruana de Derecho Procesal*, 443-466.
- Ley 256 Por la cual se dictan normas sobre competencia desleal. (Congreso de Colombia. 18 de enero de 1996).
- Ley 29/1994, de Arrendamientos Urbanos (Cortes Generales de España 25 de noviembre de 1994).
- Ley 29571 , Código De Protección y Defensa del Consumidor (01 de 09 de 2010).
- Ley 3/1991, de Competencia Desleal (Cortes Generales de España 11 de enero de 1991).
- Ley N° 20.169 (Congreso Nacional de Chile 16 de febrero de 2007).
- Lorenzetti, R. (2003). *Consumidores*. Sante Fe .
- Martínez, F. (2009). *Comentario práctico a la Ley de Competencia Desleal*. Madrid: Tecnos.
- Martínez, M. (2018). *Economía colaborativa y competencia desleal*. Trabajo de fin de grado en la Universidad de Santiago de Compostela. <https://minerva.usc.es/xmlui/bitstream/handle/10347/18468/MART%C3%8DNEZ%20REY.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Massaguer, J. (1999). *Comentario a la Ley de Competencia Desleal*. Grijley.
- Mincit.gov.co. . (2018). *Protección del consumidor | MINCIT - Ministerio de Comercio, Industria y Turismo*. e <https://www.mincit.gov.co/minindustria/estrategia-transversal/regulacion/proteccion-del-consumidor>
- Ministerio de Consumo. (2022). *Derechos del consumidor | Ministerio de Consumo*. <https://www.consumo.gob.es/es/consumo/derechos-del-consumidor>
- Molas, J. (02 de Agosto de 2010). *Los hoteles denuncian competencia deseal de los apartamentos*. (Europapress, Entrevistador)

<https://www.europapress.es/sociedad/consumo-00648/noticia-hoteles-denuncian-competencia-deseal-apartamentos-20100802111921.html>

Muñoz, S. (2012). El derecho a la información en la esfera de protección al consumidor. *Dialogos de Derecho y Política*.

Nubia. (18 de January de 2022). *Noticias de Turismo REPORTUR*. . e Colombia cobrará a Booking y Airbnb el 0.25% de su comisión: <https://www.reportur.com/colombia/2022/01/17/colombia-regula-plataformas-de-hospedaje-como-airbnb-y-bookin>

Oliván Castells, M. (2006). *La sociedad red: una visión global*. Alianza.

Organizacion de las Naciones Unidas. (2013). *Influencia de las tecnologías digitales*. e Organizacion de las Naciones Unidas: <https://www.un.org/es/un75/impact-digital-technologies>

Osiptel. (2016). *Aplicación de las normas de represión de la competencia desleal en el ámbito de las telecomunicaciones*. <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/lineamientos-generales-para-la-aplicacion-de-las-normas-de-r-resolucion-no-077-2016-cdosiptel-1396244-1/>

Otamendi, J. (1998). La Competencia Desleal. *Revista Juridica de la Universidad de Palermo*. https://www.palermo.edu/derecho/publicaciones/pdfs/revista_juridica/n3N2-October1998/032Juridica01.pdf

Oyarce, M. Á. (2013). Introduccion. En E. QUINTANA, *Análisis de las funciones del Indecopi a la luz de las decisiones de sus órganos resolutivos - Libre Competencia*. Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (Indecopi). https://repositorio.indecopi.gob.pe/bitstream/handle/11724/5564/libre_competencia.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Palmisano, A. (04 de mayo de 2020). *Webinar: "Competencia desleal"*. e <https://www.youtube.com/watch?v=llu0jJiRfhY>

- Pazos, J., Capurro, A., Mac Kee, G., & Escalante, A. (2020). *Lineamientos sobre Competencia Desleal y Publicidad Comercial*. Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (Indecopi).
- Peña Cabrera, R. (2017). *Contratos Modernos: Análisis y Comentarios*. Editorial Jurídica.
- Portal SERNAC. (2018). Ley del consumidor. <https://www.sernac.cl/portal/618/w3-propertyvalue-59300.html>
- Priori, G. (1997). La Tutela Jurisdiccional de Difusos: una aproximación desde el derecho procesal constitucional. *Ius Et Veritas N° 14*.
- Ramos, C. (2014). *Cómo hacer una tesis de Dere*. Editorial, Grijley.
- Real Academia Española . (2020). *Competencia*. <https://www.rae.es/desen/competencia>
- Real Academia Española . (2020). *Competencia*. <https://www.rae.es/desen/competencia>
- Redazione. (18 de July de 2018). *Airbnb debe cumplir la Normativa de protección de los consumidores de la UE*. <https://www.panoramical.eu/mercados/aibnb-debe-cumplir-la-normativa-de-proteccion-de-los-consumidores-de-la-ue/>
- Reglamento para la Aplicación del Sistema de Clasificación, Calidad y Seguridad de los Prestadores de Servicios Turísticos, Decreto 19 (Presidencia de la República de Chile 12 de abril de 2019).
- Resolución 0094 (SPC/Indecopi 2019).
- Resolución 0281-2013/SDC-INDECOPI (Tribunal de Defensa de la Competencia y de la Propiedad Intelectual 18 de febrero de 2013).
- Resolución 3156-2012/SDC-INDECOPI (Tribunal de Defensa de la Competencia y de la Propiedad Intelectual 19 de 11 de 2012).
- Resolución 455-2004/TDC-INDECOPI (Tribunal de Defensa de la Competencia y de la Propiedad Intelectual 10 de Setiembre de 2004).
- Resolución de Consejo Directivo N° 077-2016-CD/OSIPTEL. (16 de junio de 2016). Perú: Diario Oficial el Peruano.
- Resolución Final N° 0964-2006-PC, Expediente N° 1818-2005-PC (Comisión de Protección al Consumidor 2006).

- Resolución N° 101-96-TDC, Expediente N° 102-95-C.P.C (Sala de INDECOPI 1 de Enero de 1997).
- Resolución N° 007-2016-TSC/OSIPTEL, Aplicación de las Normas de Represión de la Competencia Desleal en el Ambito de las Telecomunicaciones (Tribunal de Solución de Controversias 9 de Junio de 2016).
- Resolución N° 030-2005/CCD-INDECOPI (Comisión de Represión de la Competencia 7 de marzo de 2005).
- Resolución N° 0455-2004/TDC-INDECOPI (Tribunal de Defensa de la Competencia y de la Propiedad Intelectual 2004). e
https://repositorio.indecopi.gob.pe/bitstream/handle/11724/4180/1352_CCD_Prec_CD_Resolucion_0455-2004-TDC-Indecopi.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Resolución No. 136-98/TDC-INDECOPI (Tribunal de Defensa de la Competencia y de la Propiedad Intelectual 20 de Mayo de 1998).
- Resolucion Nro 0190-2013/SDC-INDECOPI, Expediente Nro 002-2011/CCD-INDECOPI-TAC (Tribunal de Defensa de la Competencia y de la Propiedad Intelectual 29 de Enero de 2013).
- Revista Semana. (2016). *La economía colaborativa, a pasos agigantados*.
<http://www.semana.com/economia/articulo/uber-airbnb-y-bitcoin-economia-colaborativa-amenaza-a-la-tradicional/465955>
- Revista Semana.com . (17 de June de 2021). *Los esfuerzos de Airbnb para callar casos de agresiones sexuales*. e Últimas Noticias de Colombia Y El Mundo:
<https://www.semana.com/economia/empresas/articulo/los-esfuerzos-de-airbnb-para-callar-casos-de-a>
- Rodríguez, G. (2013). *Fundamentos Económicos y Legales de la Legislación sobre Represión de la Competencia Desleal: Ámbito de Aplicación y Cláusula General*.
<https://revistas.indecopi.gob.pe/index.php/rcpi/article/view/59/57>
- Rodríguez, G. (2017). Cláusula general de competencia desleal en el Perú: Lo bueno, lo malo y lo espantoso. *Derecho & Sociedad*.
- Ruiz, A. M. (2018). Protección Jurídica contra la Competencia Desleal en el Marco del Comercio Internacional. Estudio de Derecho Internacional Privado Europeo. Tesis para

- optar por el grado de Doctor en la Escuela Internacional de Doctorado de la Universidad de Murcia. e <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=220296>
- Sanchez - Montaña, L. (2018). *Análisis de competencia entre Airbnb y otras alternativas de alojamiento*. Trabajo de fin de grado en la Universidad Pontificia Comillas. <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/handle/11531/23217>
- Schor, J. (2016). *Debating the Sharing Economy*. *Journal of Self-Governance and Management Economics*. e <https://doi.org/10.22381/JSME4320161>
- Serpa, G., & Silva, D. (10 de noviembre de 2016). Economía compartida: factores claves para su desarrollo en un contexto limeño.
- Silva, C. (18 de noviembre de 2015). *¿Qué es Airbnb y cómo funciona?* e Turístico.com: <https://www.entornoturistico.com/que-es-airbnb-y-comofunciona/#:~:text=Airbnb%20es%20un%20mercado%20comunitario,proviene%20el%20E2%80%9Cbnb%E2%80%9D>.
- Solis, A. (2021). *Metodología de la Investigación Jurídico Social*. B. & B. Ediciones.
- Sosa, A. (2020). *La cláusula general de competencia desleal: ¿El “caballero” está muerto o anda de parranda?* e Portal Polemos: https://polemos.pe/la-clausula-general-de-competencia-desleal-el-caballero-esta-muerto-o-anda-de-parranda/#_ftn3
- Stenler, A. (2017). *The myth os the sharing economu and its implications for regulating innovation*. 197-241. Emory Law Journal.
- Tafur, R. (2015). *Cómo hacer un proyecto de investigación*. 2º Edición. Alfaomega.
- Torrent-Sellens, J. (2 de Mayo de 2019). *¿Economía colaborativa o economía de plataforma?* e Marketing Zone: <https://www.icesi.edu.co/marketingzone/economia-colaborativa-o-de-plataforma/>
- Torres Vásquez, J. (2018). *El Contrato de Arrendamiento y su Relevancia en el Derecho Civil*. Lima, Perú: Editorial Jurídica.
- Tupayachi, A. M. (2019). *Análisis de la incidencia del impuestto a la renta de los casos de UBER y AIRBNB*. Trabajo de investigación.
- UNCTAD. (2017). *Manual sobre protección del consumidor: Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo*. 174. e https://unctad.org/es/PublicationsLibrary/ditccplp2017d1_es.pdf

- Unidas, O. d. (2013). *Influencia de las tecnologías digitales*. e
<https://www.un.org/es/un75/impact-digital-technologies>
- Valor, C. (2014). Economía en Colaboración. *Economistas sin Fronteras*, 12. e
<http://www.ecosfron.org/wp-content/uploads/DOSSIERES-EsF-12-Econom%C3%ADa-en-colaboraci%C3%B3n.pdf>
- Vedrenne, G. (12 de February de 2015). *Les hôtels déclarent la guerre à Airbnb*. e Europe 1:
<https://www.europe1.fr/economie/Les-hotels-declarent-la-guerre-a-Airbnb-771220>
- Velandia, M. (2011). *Derecho de la competencia y del consumo: Competencia desleal; abuso de la posición de dominio; carteles restrictivos; actos restrictivos; integraciones económicas y protección al consumidor*. Universidad Externado de Colombia. 2da. Bogotá, Colombia: Xpress Estudio Gráfico y Digital S.A.
- Verguez, M. (1992). *Competencia desleal por actos de engaño, obsequios, primas y otros supuestos análogos” en: La regulación contra la competencia desleal en la Ley del 10 de enero de 1991*. Cámara de Comercio e Industria.
- Videla, M. (23 de marzo de 2020). Innovación: una moneda virtual para hacer trueque. *Diario Los Andes*. e Disponible en
<https://www.losandes.com.ar/article/view?slug=innovación-una-moneda-virtual-para-hacer-truque>
- Villaveces, S. (2016). *Los 3 sistemas de consumo colaborativo*.
<http://www.youngmarketing.co/cuales-son-los-3-sistemas-de-consumo-colaborativo/>
- Wald, A. (1993). El derecho del Consumidor y sus Repercusiones Financieras. *Boletín Mexicano de Derecho Comparado*. e
<https://revistas.juridicas.unam.mx/index.php/derecho-comparado/article/view/3087/339>
- Witker, J. (2021). *Metodología de la Investigación Jurídica*. Solar, Servicios Editoriales. Universidad Autónoma de México.
- Zupan, S. (2018). *Airbnb and Uber: Legal platforms but illegal networked business*. *Innovative Issues and approaches in social sciences*. 8-37

ANEXOS

MATRIZ DE CONSISTENCIA

| TÍTULO: DERECHOS DEL CONSUMIDOR Y COMPETENCIA DESLEAL EN EL APLICATIVO AIRBNB EN EL PERÚ | | | | |
|--|---|--|--|--|
| PROBLEMAS | OBJETIVOS | HIPÓTESIS | CATEGORÍAS DE ESTUDIO | METODOLOGÍA |
| Problema General | Objetivo General | Hipótesis general | | |
| <p>¿De qué manera se da la existencia de competencia desleal y contravención a los derechos del consumidor en la plataforma Airbnb frente a empresas hoteleras en el Perú?</p> | <p>Analizar la manera como se da la existencia de competencia desleal y contravención a los derechos del consumidor en la economía de plataforma Airbnb frente a empresas hoteleras en el Perú.</p> | <p>La manera como se da la existencia de competencia desleal en la plataforma Airbnb frente a empresas hoteleras en el Perú son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La ineficacia de la regulación específica de competencia desleal respecto a la plataforma AIRBNB. • El uso de la plataforma AIRBNB no cumple con los parámetros exigidos para las empresas hoteleras <p>La manera como se da la contravención a los derechos del consumidor en la plataforma AIRBNB es:</p> <ul style="list-style-type: none"> • inexistencia de regulación específica para la plataforma AIRBNB respecto a los derechos del consumidor • debilidad de los entes administrativos para tutelar el respeto de los derechos de los consumidores | <p>Categoría 1°</p> <p>1(competencia desleal)</p> <p>La manera como se da la existencia de competencia desleal en la de plataforma Airbnb frente a empresas hoteleras en el Perú.</p> <p>Categoría 2°</p> <p>(consumidor)</p> <p>La manera como se da la contravención a los derechos del consumidor en la plataforma AIRBNB</p> | <p>Tipo: Dogmática analítico.</p> <p>Enfoque: Cualitativo.</p> <p>Unidades de análisis: La constituye el estudio de la plataforma AIRBNB y su posible contravención a los derechos del consumidor y competencia desleal frente a las empresas hoteleras en el Perú.</p> <p>Técnicas e instrumentos de recolección de datos:</p> <p>Análisis documental doctrinario, entrevista, y encuesta.</p> <p>Ficha de análisis documental, cuestionario de preguntas y guía de entrevista.</p> |
| Problemas específicos | Objetivos específicos | Hipótesis específicas | | |
| <p style="text-align: center;">RESPECTO A COMPETENCIA DESLEAL:</p> <p>1. ¿De qué manera se da la ineficacia de la regulación específica de competencia desleal respecto a la plataforma AIRBNB?</p> <p>2. ¿De qué manera el uso de la plataforma AIRBNB no cumple con los parámetros exigidos para las empresas hoteleras?</p> <p style="text-align: center;">RESPECTO A DERECHO DEL CONSUMIDOR:</p> | <p style="text-align: center;">RESPECTO A COMPETENCIA DESLEAL:</p> <p>-Explicar los motivos de la ineficacia de la regulación específica de competencia desleal respecto a la plataforma AIRBNB.</p> <p>-Determinar si existe incumplimiento de los parámetros exigidos para las empresas hoteleras. Respecto a Derecho Del Consumidor es examinar los motivos de la inexistencia de regulación específica para la plataforma AIRBNB.</p> | <p style="text-align: center;">- RESPECTO A COMPETENCIA DESLEAL:</p> <p>1. La manera como se da la ineficacia de la regulación específica de competencia desleal respecto a la plataforma AIRBNB son; La ineficacia de la regulación específica de competencia desleal respecto a la plataforma AIRBNB.</p> <p>2. La manera como se usa la plataforma AIRBNB no cumple con los parámetros exigidos para las empresas hoteleras, respecto a los requisitos, que si cumplen las empresas hoteleras.</p> | | |

| | | | | |
|---|--|--|--|--|
| <p>1. ¿De qué manera se da la inexistencia de regulación específica para la plataforma AIRBNB respecto a los derechos del consumidor?</p> <p>2. ¿De qué manera se da la debilidad de los entes administrativos para tutelar el respeto de los derechos de los consumidores?</p> | <p>RESPECTO A DERECHO DEL CONSUMIDOR:</p> <p>-Examinar los motivos de la inexistencia de regulación específica para la plataforma AIRBNB respecto a los derechos del consumidor</p> <p>-Evaluar si existe debilidad de los entes administrativos para exigir el respeto de los derechos de los consumidores.</p> | <p>RESPECTO A DERECHO DEL CONSUMIDOR:</p> <p>1. La manera como se da la inexistencia de regulación específica para la plataforma AIRBNB respecto a los derechos del consumidor, es la inexistencia de normas para la plataforma AIRBNB respecto a los derechos del consumidor a nivel nacional.</p> <p>2. La manera como se da la debilidad de los entes administrativos para tutelar el respeto de los derechos de los consumidores, es la debilidad de INDECOPÍ para tutelar los derechos de los consumidores frente a la plataforma AIRBNB.”.</p> | | |
|---|--|--|--|--|

EVIDENCIAS DE LAS ENTREVISTAS Y ENCUESTAS

Instrumentos de recolección de información

Cuestionario

Dirigido a Expertos del Derecho especialistas en materia derecho del consumidor

Nombres y Apellidos :

Grado Académico :

OBJETIVO GENERAL:

Analizar la manera como se da la existencia de competencia desleal y contravención a los derechos del consumidor en la economía de plataforma Airbnb frente a empresas hoteleras en el Perú.

La presente entrevista tiene por objeto obtener información, que permita analizar la existencia de contravención a los derechos del consumidor en el uso la plataforma AIRBNB.

Introducción:

- a) ¿Conoce Ud. la Plataforma Airbnb?
- b) Según su criterio ¿Existe contravención a los derechos del consumidor en el uso la plataforma AIRBNB? Fundamente.

Le agradecemos responder a las siguientes preguntas, si las considera pertinentes:

1. Considera usted ¿Qué existe regulación específica para la plataforma AIRBNB respecto a los derechos del consumidor? En caso de ser negativa su respuesta, ¿considera que debería existir?, fundamente su respuesta.
2. Según su criterio, ¿Existe debilidad de los entes administrativos para tutelar el respeto de los derechos de los consumidores?
3. Según su criterio, ¿el Código de Protección al consumidor actualmente es útil a fin de proteger al consumidor frente al uso de la plataforma Airbnb?
4. Según su criterio, ¿de qué manera deberían protegerse los derechos del consumidor en la economía de la plataforma AIRBNB?

Cuestionario

Dirigido a Expertos del Derecho especialistas en materia de competencia desleal

Nombres y Apellidos :

Grado Académico:

OBJETIVO GENERAL:

Analizar la manera como se da la existencia de competencia desleal y contravención a los derechos del consumidor en la economía de plataforma Airbnb frente a empresas hoteleras en el Perú.

La presente entrevista tiene por objeto obtener información, que permita analizar la existencia de competencia desleal entre la plataforma AIRBNB y empresas hoteleras en el Perú.

Introducción:

- a) ¿Conoce Ud. la Plataforma Airbnb?
- b) Según su criterio ¿Existe competencia desleal en la plataforma Airbnb frente a empresas hoteleras en el Perú? Fundamente.

Le agradecemos responder a las siguientes preguntas, si las considera pertinentes:

- 1) Considera usted que ¿Existe ineficacia en la regulación sobre competencia desleal respecto a la plataforma AIRBNB? En caso de ser afirmativa su respuesta, ¿puede explicar de qué manera?
- 2) Según su criterio, ¿el incumplimiento de los parámetros exigidos para las empresas hoteleras puede significar la existencia de competencia desleal entre Airbnb y empresas hoteleras en el Perú?
- 3) ¿Según su criterio, la Ley de Represión de Competencia Desleal actualmente es útil a fin de proteger los actos de competencia desleal frente a la plataforma AIRBNB?

- 4) ¿Según su criterio, la cláusula general establecida en la Ley de Represión de Competencia Desleal puede aplicarse en la competición entre la economía de plataforma AIRBNB y las empresas hoteleras en el Perú?

Proyecto de Ley

PROYECTO DE LEY QUE REGULA LAS EMPRESAS ADMINISTRADORAS DE PLATAFORMA TECNOLÓGICA DE INTERMEDIACIÓN DEL SERVICIO DE HOSPEDAJE Y CREACIÓN DEL REGISTRO NACIONAL

FÓRMULA LEGAL

El Congreso de la República

Ha dado la siguiente ley:

LEY QUE REGULA LAS EMPRESAS ADMINISTRADORAS DE PLATAFORMA TECNOLÓGICA DE INTERMEDIACIÓN DEL SERVICIO DE HOSPEDAJE Y CREACIÓN DEL REGISTRO NACIONAL

Artículo 1.- Objeto de la Ley

El objeto de la presente Ley es regular a las empresas administradoras de plataforma tecnológica de intermediación del servicio de hospedaje y creación del registro nacional de los anfitriones, con el propósito de salvaguardar los derechos de los consumidores, así como fomentar la mejora y calidad del servicio.

Artículo 2.- Ámbito de aplicación de la Ley

La presente Ley es aplicable a toda empresa administradora de plataforma tecnológica de intermediación del servicio de hospedaje nacionales o extranjeras que estén disponibles en el territorio nacional.

Artículo 3.- Glosario de términos

Para efectos de la presente ley, se entiende por:

3.1 Empresa administradora de plataforma tecnológica de intermediación del servicio de hospedaje. – Persona Jurídica nacional o extranjera que opera plataformas de intermediación del servicio de hospedaje que brindan un servicio de intermediación digital a través del uso de herramientas tecnológicas, conectando a huéspedes con anfitriones independientes, debidamente registrado ante el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú.

3.2 Hospedaje. - Servicio de alojamiento no permanente, prestado por los anfitriones por un corto periodo de tiempo.

3.3 Anfitrión. – Titular proveedor del servicio de hospedaje quienes pueden tener la condición de propietarios, arrendatarios, poseedores del espacio ofrecido para hospedaje de turistas, a través de las plataformas virtuales, responsables de la ejecución de la prestación del servicio de hospedaje.

3.4 Coanfitrión. – Son las personas que ayudan a los propietarios de los anuncios a cuidar de su alojamiento y de los huéspedes.

3.4 Huésped. – Son los destinatarios finales del servicio de hospedaje, actuando así en un ámbito ajeno a una actividad empresarial o profesional.

3.5 Tarifa. – Contraprestación económica por el servicio de hospedaje

3.6 Locación anunciada. – Espacio ofrecido para hospedaje de turistas, como habitación independiente, departamento, lodge, minicasas, cabañas, casas del árbol, etc.

3.7 Registro Nacional de Empresas Administradoras de Plataforma Tecnológica de Intermediación del Servicio de Hospedaje. – Base de datos donde constan las empresas administradoras de plataforma tecnológica de intermediación del servicio de hospedaje de forma oficial, bajo la administración y control del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.

Artículo 4.- Creación del Registro Nacional de Empresas Administradoras de Plataforma Tecnológica de Intermediación del Servicio de Hospedaje

4.1. Se crea el Registro Nacional de Empresas Administradoras de Plataforma Tecnológica de Intermediación del Servicio de Hospedaje, el cual está bajo la administración y dentro del ámbito de competencia del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, de conformidad con la Ley 27790, Ley de Organización y Funciones del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo con el soporte y colaboración de la Secretaría de Gobierno y Transformación Digital, en su calidad de ente rector de la transformación digital en el país.

4.2. Este registro deberá contener a todas las empresas que operen, administren o proporcionen plataformas tecnológicas para la prestación del servicio de hospedaje, ya sean empresas tecnológicas peruanas o empresas internacionales que presten sus servicios en el Perú.

4.3. Las Empresas Administradoras de Plataforma Tecnológica de Intermediación del Servicio de Hospedaje deberán entregar al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo un listado actualizado de los anfitriones registrados, el cual deberá ser actualizado bimestralmente.

4.4. El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo establece los requisitos para el registro de las Empresas Administradoras de Plataforma Tecnológica de Intermediación del Servicio de Hospedaje y procede a publicarlos en su portal institucional. Además, estos requisitos deben proteger los derechos y la seguridad de los huéspedes.

4.5. La información que obre en el Registro Nacional de Empresas Administradoras de Plataforma Tecnológica de Intermediación del Servicio de Hospedaje a cargo del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo está disponible para la colaboración con otras entidades del Estado.

Artículo 5. Fiscalización de las Empresas Administradoras de Plataforma Tecnológica de Intermediación del Servicio de Hospedaje

La fiscalización a las Empresas Administradoras de Plataforma Tecnológica de Intermediación del Servicio de Hospedaje y el cumplimiento de las obligaciones planteadas en la presente Ley, es de competencia del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo con el soporte y colaboración de la Secretaría de Gobierno y Transformación Digital, conforme al marco de sus competencias y funciones fijadas mediante Ley.

Artículo 6. Responsabilidad de las Empresas Administradoras de Plataforma Tecnológica de Intermediación del Servicio de Hospedaje

Las Empresas Administradoras de Plataforma Tecnológica de Intermediación del Servicio de Hospedaje son responsables, dentro de un proceso administrativo o de un proceso judicial, del servicio propio de su rol de intermediación tecnológica, por la conducta omisiva o activa que de manera efectiva hubieran asumido o se encontrase de forma expresa en el ámbito de su control, de conformidad con el principio de causalidad en el procedimiento administrativo sancionador y los criterios de imputación del proceso judicial civil o penal.

Artículo 7. Información mínima en la plataforma tecnológica o aplicación

Las Empresas Administradoras de Plataforma Tecnológica de Intermediación del Servicio de Hospedaje deben informar a los potenciales huéspedes que realizan reservas a través de sus plataformas o de sus aplicaciones la siguiente información, como mínimo, para cada servicio:

- a) Dirección referencial de la locación anunciada.
- b) Identificación del anfitrión y coanfitriones. A través de fotografías y reseñas biográficas.
- c) La tarifa por la prestación del servicio.
- d) Calificación y evaluación del servicio

- e) Términos (fechas de reserva) y condiciones (de seguridad y salubridad) a los cuales está sujeto el servicio.
- f) Mecanismo de alerta en caso de emergencia que pusiera en peligro al huésped.

Artículo 8. Requisitos de admisión de anfitriones que ofertan sus servicios mediante Empresas Administradoras de Plataforma Tecnológica de Intermediación del Servicio de Hospedaje

Las Empresas Administradoras de Plataforma Tecnológica de Intermediación del Servicio de Hospedaje comprendidas en la presente ley deben exigir a los anfitriones los siguientes requisitos:

- a) Identificación del anfitrión (nombres, apellidos, documento nacional de identidad DNI, número telefónico de contacto, dirección domiciliaria real).
- b) Identificación de la locación anunciada (si es titular propietario, subarrendador o poseedor y dirección exacta del mismo)
- c) Declaración Jurada de brindar condiciones mínimas de seguridad y salubridad, como extintores, detectores de humo y monóxido de carbono, limpieza, agua potable, luz natural, etc. Según naturaleza del espacio hospedado.
- d) Certificado de antecedentes penales
- g) Otros que determine el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo en el reglamento de la presente ley.

Artículo 9. Seguros

Las Empresas Administradoras de Plataforma Tecnológica de Intermediación del Servicio de Hospedaje comprendidas en la presente Ley deben contar o contratar con un Seguro de responsabilidad civil para huéspedes en caso de un accidente súbito e imprevisto que causen algún daño físico o material, en el cual resulta civilmente responsable. Asimismo, con un

seguro de responsabilidad civil para anfitriones en caso de siniestros de robo o afectación a la locación anunciada.

DISPOSICIÓN COMPLEMENTARIA FINAL

ÚNICA. Reglamentación

El Poder Ejecutivo, a través del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo deberá reglamentar la presente Ley en un plazo no mayor de noventa (90) días calendario contados desde su publicación. En dicho reglamento se establecerán las demás características a considerar para la prestación del servicio de administración de plataforma tecnológica de intermediación del servicio de hospedaje.