



TESIS PARA OPTAR AL GRADO DE MAGISTER DE LA CARRERA DE DERECHO

“INFORME SOBRE ECONOMIA COLABORATIVA”

NOVIEMBRE 2018

Autor: Sr. Felipe Rubén Vincensini Cruz

Profesor Guía: Sr. Rodolfo Herrera Bravo.

ÍNDICE

CAPITULO I “Economía Colaborativa Como Modelo de Intercambio de Bienes y Servicios”

1. Introducción.....	5
2. Generalidades.....	6
2.1 Factores que han Influido en el Desarrollo de la Economía Colaborativo.....	6
2.2 Prácticas de Economía Colaborativo.....	7
2.3 Economía Colaborativa en Chile.....	8

CAPITULO II “Principales Plataformas Colaborativas”

1.	
Generalidades.....	10
1.1 Plataformas de Movilidad Colaborativa.....	10
1.2. Plataformas de Alojamientos Turísticos Compartidos.....	12
1.3. Plataformas de Bancos de Tiempo.....	14
1.4. Plataformas de Crowdfunding.....	14
2. Naturaleza Jurídica de las Plataformas Colaborativas.....	14
2.1Nociones Básicas, Realidad Actual.....	16
2.2 Definición de Mediación.....	16
2.3 Características del Contrato de Mediación.....	17
2.4Mediación por Medios Electrónicos.....	19
2.5 Contratos Afines.....	19
2.6 Régimen Jurídico de las Plataformas Colaborativas.....	20
2.6.1 Situación Europea Respecto al Régimen Jurídico de las Plataformas.....	21
2.7 Plataforma Colaborativa y Aplicación del Derecho del Consumidor.....	22

CAPÍTULO III. “Proveedores y Consumidores en la Economía Colaborativa”.

1.	
Generalidad.....	23
2. Proveedor según ley 19.496.....	23
2.1 Prestadores de Servicios en la Economía Colaborativa.....	24
2.2 Definición de Prestador de Servicio.....	24

2.3 Servicios entre Iguales.....	25
2.4 Naturaleza Jurídica de los Prosumidores.....	26
3 Los Consumidores.....	26
3.1 Derecho del Consumidor y Disminución Desequilibrio entre Prestador y Receptor.....	27
3.2 Autorregulación del Mercado Colaborativo.....	28
3.3 Concepto General de Consumidores Colaborativos.....	28
3.4. Consumidor como Destinatario Final del Consumo.....	29
3.5 Aplicación del Derecho del Consumidor en el Consumo Colaborativo.....	30
3.6 Problemas Regulatorios del Consumo Colaborativo.....	31
3.6.1 Factores que Obstaculizan la Revisión del Marco Regulatorio.....	33
3.7 Existencia en Chile de Proyectos de ley que Regulen el Consumo Colaborativo.....	33
3.7.1. Reflexión.....	38
3.8 Existencia en Chile de Fallos Judiciales que Afecten el Consumo Colaborativo.....	38
3.9 Propuestas para una Futura Regulación de la Economía Colaborativa.....	41
Capitulo IV “Conclusiones”.....	42
BIBLIOGRAFÍA.....	44
ANEXO.....	45

“Informe sobre Economía Colaborativa”

Resumen: Los avances tecnológicos se han desarrollado aceleradamente en los últimos años, la consolidación de internet permite que las personas puedan comunicarse de una manera ágil y a tiempo real. Este hecho permite el desarrollo de mecanismos de interacción social y económica a través de las tecnologías de la información y la comunicación, también llamadas Tics. Surgen nuevos comportamientos y modelos de negocios, que buscan la satisfacción de las necesidades de consumo bajo la premisa de la optimización de los esfuerzos y la generación de sinergias colaborativas más sostenibles. Esto se contrapone a los esquemas tradicionales de usar y tirar la propiedad de bienes, consumiendo cada vez más, mientras que la mentalidad colaborativa, argumenta la optimización por parte del individuo de los bienes donde no necesariamente tiene que poseerlos ya que lo importante es tener el acceso a los mismos. Es así como surge el concepto de la economía colaborativa, como nuevo modelo de relaciones económicas y de mercado sustentadas en la cooperación, la solidaridad y la superación del concepto de propiedad por otros como los de posesión, uso o disfrute de los bienes. Todo lo anterior a fin de obtener los beneficios que otorga el derecho de propiedad pero reduciendo la responsabilidad y los costos.

El presente trabajo se centra en analizar la economía colaborativa, conceptualizarla, identificar los servicios que conforman esta economía, analizar naturaleza jurídica de dichos servicios, regímenes jurídicos y, más allá, los cambios que asoman en el horizonte como consecuencia de este fenómeno nuevo y profundamente transformador.

Palabras claves: Tecnología, plataformas colaborativas, prestadores de servicios, consumidores, regulación.

CAPÍTULO I “ECONOMÍA COLABORATIVA COMO MODELO DE INTERCAMBIO DE BIENES Y SERVICIOS”

1. INTRODUCCIÓN

La Economía Colaborativa, introduce una nueva forma de hacer negocios, cuyas principales ventajas están relacionadas con crecimiento económico y de bienestar vinculado al aumento de la productividad, la innovación y el emprendimiento.

Existe además un aumento de la competencia, pues entran al mercado mayores proveedores de bienes y servicios, que facilitan los ajustes de los precios y la mejora de la calidad de los bienes y servicios, esto acompañado por los negocios que nacen de plataformas online de bajos costos y riesgos, y el intercambio de bienes que no tienen un mercado potencial grande, puede facilitar la iniciativa empresarial de fabricación y venta a pequeña escala, lo que ayuda a que el empleo de los recursos naturales también sea más eficiente, por ejemplo al compartir vehículos motorizados se pueda mejorar la huella ecológica futura, al disminuir la congestión vehicular con una mejoramiento de la calidad de aire.

Con el auge de lo “colaborativo” surgen plataformas digitales, plataformas creadas entre 2008 y 2009, fruto del desarrollo tecnológico como internet y teléfonos inteligentes que ofrecen una amplia variedad de iniciativas a disposición del consumidor para satisfacer necesidades fuera del mercado convencional aprovechando las ventajas de la Economía Colaborativa. El éxito de su modelo de negocios llevo a la expansión internacional de las plataformas desde sus ciudades de origen (Generalmente Estados Unidos) a las principales ciudades del mundo.

Lo anterior no está exento de inconvenientes y riesgos derivados principalmente de la legalidad de la economía colaborativa. Diariamente surgen nuevas plataformas que sumado a la resistencia de actores económicos convencionales tren aparejadas diversas reacciones tales como: invertir en este sector y otras para obstaculizar su crecimiento competitivo.

2. GENERALIDADES

Dentro del marco de la economía colaborativa surge el “Consumo Colaborativo”, que tiene su génesis en la práctica de compartir o intercambiar bienes o servicios sobre el soporte de las plataformas digitales. El concepto de Consumo Colaborativo fue acuñado por primera vez por Ray Algar en 2007, se masifico con el libro de Rachel Botsman y Roo Rogers “What’s Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption”, señalando *“cómo el acceso a bienes y servicios puede ser para un consumidor prioritario en detrimento de la necesidad de obtener la propiedad de los mismos”*.¹

El consumo colaborativo puede definirse como la acción del consumidor de compartir, permutar, prestar, arrendar o donar a través de internet y las comunidades virtuales, bienes y servicios. La filosofía de este tipo de consumo es sumamente pragmática. Se prefiere usar los productos, aunque este uso lo realicen otras personas distintas al dueño a tener guardado el bien.

Surge entonces la cultura del compartir, nace el Consumo Colaborativo como un movimiento que defiende y promueve el acceso a los bienes y los servicios que estos proporcionan frente a la propiedad de los mismos, lo cual favorece su optimización, facilitando el acceso a los mismos a quienes tendrían serias dificultades para hacerlo al modo convencional.

2.1 Factores que han influido en el desarrollo de la Economía Colaborativa.

El auge de la Economía Colaborativa, se debe a la confluencia de diversos factores:

¹ Disponible en https://aerbook.com/books/Whats_Mine_Is_Yours-81525.html?social=1&retail=1&emailcap=0. Consultado el 10 de octubre del año 2017.

a) Factores económicos: El encarecimiento del costo de la vida, crisis económicas y el alto nivel de endeudamiento han posibilitado surgimiento de alternativas que permitan ahorrar dinero.

b) Factores tecnológicos: Elemento central es el uso de internet, que permite la comunicación inmediata y a muy bajo coste a un porcentaje elevado de la población mundial.

Otro elemento es la proliferación de terminales móviles inteligentes. Estos terminales garantizan el acceso a internet y, mediante está a las redes sociales y el comercio electrónico permite interactuar con personas desconocidas en un escenario que se caracteriza por su accesibilidad, agilidad y fiabilidad, contando con la suficiente información para ello.

c) Factores culturales: Las nuevas generaciones apuestan por una cultura económica: la cultura de la sostenibilidad, contraria a la cultura consumista, siendo que el Consumo Colaborativo encaja en este nuevo modelo.

2.2 Prácticas de la Economía Colaborativa.

El libro, “What’s Mine is Yours: The Rise of Collaborative Consumption” es el texto de referencia para los teóricos de la economía colaborativa, en este sus autores estructuran el conjunto de prácticas existentes en tres grandes grupos²:

a) Los sistemas basados en productos: Estos sistemas se basan principalmente en pagar por el beneficio de utilizar un producto sin la necesidad de comprarlo.

² Disponible en https://aerbook.com/books/Whats_Mine_Is_Yours-81525.html?social=1&retail=1&emailcap=0. Consultado el 10 de octubre del año 2017.

b) Mercados de redistribución: Que consiste en redistribuir bienes usados o adquiridos donde ya no se necesitan hacia un lugar o alguien que sí lo necesita, contribuyendo nuevamente a optimizar su vida útil evitando su desuso u obsolescencia funcional.

c) Estilos de vidas colaborativos: Actualmente los ciudadanos se están organizando para intercambiarse bienes menos tangibles que los descritos en los anteriores puntos, como pueden ser el tiempo, espacio o dinero. Ejemplos de ellos serían, el Airbnb donde se alquilan habitaciones a viajeros, el Coworking Barcelona donde se comparten espacios para trabajar etcétera.

2.3 Economía Colaborativa en Chile

Contextualizando en Chile, los aspectos señalados y este surgimiento de una economía colaborativa, podríamos señalar su inicio, al igual que en otros países del mundo, aproximadamente en el año 2012, con plataformas de financiamiento colectivo como Cumplo y Broota, que dieron el punto de partida a esta etapa en nuestro país, adoptando esta innovación como una nueva forma de sociabilización que da la oportunidad de relacionarnos con diferentes culturas, y que confirma el valor que tiene las tecnologías con los servicios de que proporciona la web a consumidores y usuarios.

En Chile, siguiendo con la idea de este modelo económico, podemos encontrar a negocios como: Uber que proporciona a sus clientes una red de transporte privado, a través de su software de aplicación para celulares. El servicio consiste en conectar a los pasajeros con los conductores de vehículos registrados en su aplicación para ofrecer un servicio de transporte a particulares. Esta firma ha logrado un éxito indiscutible con la evolución del internet, el desarrollo que han experimentado los celulares y la confianza que han transmitido al consumidor. Éste es el pilar fundamental para el crecimiento del mercado colaborativo, dado que el usuario tiene el carácter de publicista fiscalizador: sino gusta el servicio se enjuiciará, pero si gusta, será recomendado, en ambos casos será publicado en la plataforma del servicio, siendo evaluado en forma casi automática, lo cual facilita mucho más la confianza de los usuarios con estos servicios.

Chile no se caracteriza por ser una población de habitantes muy confiados. Estos servicios se hacen populares en la gente joven permitiendo su avance. Los chilenos cada día le temen menos a la tecnología, y reaccionan de mejor manera a los cambios, tanto así que eventos tecnológicos realizados a través del comercio electrónico, obtienen cifras record en cuanto a ganancias y usuarios. El surgimiento de esta economía colaborativo ha causado un efecto positivo en la población, encontrando su obstáculo mayor es el desconocimiento de las tecnologías y las oportunidades que entregan, mayoritariamente por ser servicios relacionados con plataformas on-line, que poco a poco las personas han dominado y que lo han ayudado a seguir creciendo.

Otro servicio entregado en Chile es Airbnb, plataforma de comercialización P2P, conocida como la red entre pares de arriendo de viviendas para uso de alojamiento turístico. También ha producido innovación, debido a los incentivos del mercado, saturando los principales destinos urbanos de los países en los que está presente. Aunque no ha producido un efecto a nivel macroeconómico en la Hotelería, si lo está generando sobre la oferta de Hostales, Bed&Breakfast, y otros pequeños y medianos empresarios de la industria turística. La falta de regulación de este tipo de servicios provoca perjuicios a un sector relevante dentro de la industria turística, como es la hotelería, que realiza importantes inversiones para entregar una oferta de primer nivel. Por lo mismo, Airbnb ha mostrado disposición a regular su funcionamiento en Chile.

CAPITULO II “PRINCIPALES PLATAFORMAS COLABORATIVAS”

1. GENERALIDADES

En este capítulo se analizan las principales plataformas electrónicas de Consumo Colaborativo existentes a nivel global, de las cuales como ya señalamos algunas ya están en Chile, clasificadas por sectores y señalando sus aspectos más relevantes.

Las plataformas se entienden como empresas que facilitan y gestionan mercados multilaterales, que utilizan internet para hacer posibles interacciones entre dos o más grupos de usuarios distintos pero independientes, de forma que se genere valor para al menos uno de los grupos”

Nosotros preferimos la definición del profesor Juan José Montero Pascual quien señala respecto de las plataformas colaborativas: “*Son empresas que operan en mercados multilaterales, que utilizan internet para hacer posibles interacciones entre dos o más grupos de usuarios distintos pero interdependientes, con el objeto de facilitar la contratación del uso temporal de bienes y servicios*”.³

1.1 Plataformas de Movilidad Colaborativa.

A) Ride-sharing

Sistema de prestación de servicios de transporte por particulares que se prestan a ello contra el pago de un precio determinado, este es uno de los casos más habituales de conflicto entre modelos colaborativo y modelos convencionales de movilidad. Este conflicto tiene su sustento en el carácter especialmente regulado del transporte público, que limita la entrada de nuevas formas de prestación de estos servicios. Sin embargo, a pesar de esos obstáculos administrativos, el ridesharing está alcanzando una gran penetración en el mercado mundial, en Chile la situación más mediática es la de la aplicación UBER (el

³ Montero Pascual Juan José, La regulación de la economía colaborativa, Editorial Tirant, España, primera edición año 2017, página 16.

principal prestador de estos servicios) se ha implantado, provocando movilizaciones y problemáticas a nivel gubernamental.-

Este servicio, es similar a lo que es un servicio de arriendo de auto con chofer, convirtiéndose en una competencia directa para el taxi que ha reaccionado con especial intolerancia contra lo que consideran una agresión directa contra sus intereses y argumentan un potencial riesgo para los derechos de los consumidores y usuarios.

Las fórmulas de movilidad compartida son de las prácticas más desarrolladas dentro de la economía colaborativa, generando un importante volumen de operaciones y convirtiendo a las plataformas especializadas en los principales referentes del sector, como ya se dijo es en este sector donde se producen los mayores roces entre los operadores del mercado convencional y las tecnologías actuales. El problema no es menor, ya que en el centro del conflicto entre ambos se ubican derechos de los usuarios de tales servicios que no se limitan a los puros intereses económicos, sino que alcanzan a aspectos tan importantes como la seguridad y de la posibilidad de sufrir daños con ocasión de la prestación del servicio.

B) Carpooling

Consiste en compartir un automóvil con otras personas, tanto para viajes periódicos como para trayectos puntuales de forma que se pretende rápida, fiable y más o menos cómoda, de forma que se convierta en una alternativa económica al transporte público o al uso del vehículo propio, optimizando los gastos de transportes y haciéndolos más eficientes.

Esta iniciativa, que se lleva implementando en Chile desde hace un par de años, implica entre sus usuarios regularidad y formalidad para garantizar la fiabilidad de un servicio que afecta el transporte. Esta práctica ha tenido especial aceptación entre quienes comparten desplazamientos regulares por motivos de trabajo, estudios o similares.

La práctica de compartir auto supone importantes ventajas tanto económicas, particularmente para sus usuarios, como ambientales, que se resumen en las siguientes:

Una de las principales plataformas dedicadas al carpooling, probablemente la más popular y conocida, en Chile, es Nosfuimos, los usuarios que ponen su vehículo a disposición de otros, abaratan considerablemente cualquier alternativa convencional que necesariamente debe contemplar el beneficio empresarial. En el carpooling, el beneficio del propietario del vehículo estriba en minimizar los gastos de su propio desplazamiento (algo que consigue por completo si lleva al menos tres viajeros).

C) Carsharing

Consiste en un arrendamiento de automóviles en el que el usuario alquila el coche por cortos períodos de tiempo, habitualmente por una hora. El usuario paga por el tiempo que utiliza el vehículo, no por los gastos que se derivan de su uso, es decir, gastos como la gasolina están incluidos. Es una alternativa al auto privado y un complemento al transporte público.

En Chile el carsharing solo tiene un exponente llamado Awto, que bajo el concepto de membresía permite utilizar un auto por horas o minutos y devolverlo en el mismo lugar que se retiró.

1.2. Plataformas de Alojamientos Turísticos Compartidos.-

A) El arrendamiento privado.

Las personas ofertan sus inmuebles (completos o por habitaciones) poniéndolos a disposición de viajeros por el precio que cada oferente estima conveniente. El mayor exponente es la aplicación llamada Airbnb, esta plataforma permite la difusión de la oferta y facilita el encuentro entre oferentes y demandantes, y también se encarga de gestionar el cobro al arrendatario y el pago al arrendador. El sistema comporta el cobro del arrendamiento por adelantado pero no se paga al arrendador hasta que el arrendatario se encuentra alojado y se toma constancia de su conformidad y de que el inmueble puede disfrutarse sin obstáculos. Además, la plataforma facilita la publicación de comentarios sobre la experiencia de los usuarios, la biografía del arrendador y permite conocer las

opiniones y evaluaciones de otras personas sobre los alojamientos, sus calidades, su entorno, la atención recibida, etc.

Tiene precios inferiores al de los hoteles y apartahoteles convencionales, y, sobre todo, con gran diversidad donde elegir en función de los intereses y necesidades de cada usuario. Este es otro punto de conflicto con los sectores más tradicionales, atendido que no se encuentra sujeta a controles fiscales que si tienen los proveedores convencionales de alojamientos turísticos. También se pone en evidencia la forma de protección de los derechos de las personas consumidoras y usuarias y el rol de esta plataforma a la hora de garantizar dichos derechos.

B) CouchSurfing

El CouchSurfing es un sistema de intercambio de alojamientos (“couch = sofa”) en casas de personas que previamente no se conocen entre sí y que establecen contacto a través de una plataforma o página web. La particularidad de este sistema es que se brinda alojamiento gratuito, con la condición que el alojado no solo desee dormir, sino que exista un intercambio sociocultural en el que las dos personas se conozcan y compartan las particularidades de su modo de vida. Por tanto, el CouchSurfing es mucho más que un alojamiento gratuito en una casa, es una manera de descubrir un destino turístico de la mano de una persona autóctona del mismo lugar. Y desde luego, es una de esas prácticas que sólo puede entenderse al amparo de las nuevas tecnologías de la Sociedad de la Información.

En este caso, el sentido de la plataforma es articular un mecanismo organizado de contactos sin el cuál sería inviable el sistema, y que aporte elementos, pero sobre todo es la herramienta que permite habilitar una estructura de referencias, reputación y confianza que minimice los riesgos de alojarse en casa de un desconocido o de alojar a un desconocido en casa.

1.3. Plataformas de Bancos de Tiempo.-

Un banco de tiempo es un sistema de intercambio de servicios por tiempo. En él la unidad de intercambio no es el dinero sino una medida de tiempo, por ejemplo el trabajo por hora. Lo podríamos definir como un sistema de intercambio de servicios por servicios, o “favores por favores”. En un sistema de banco de tiempo, el tiempo de cada participante se valora igual con independencia de a lo que se dedique ese tiempo.

Por ejemplo, alguien cocina un día un almuerzo y a cambio recibe otro día y de otra persona ayuda para una tarea de pintura doméstico. A cambio tú ayudas en otro momento a hacer el papeleo a una anciana en tribunales y alguien da una clase de inglés.

Nuevamente se podría estar en presencia de servicios que requieren un determinado nivel de cualificación, una acreditación profesional o incluso una cobertura aseguradora. (Instalaciones de Gas). La mera reputación on line, puede ayudar, pero es evidentemente poco respaldo llegados a esos terrenos en los que un mal servicio puede tener consecuencias para la salud o seguridad de las personas y su patrimonio.

1.4. Plataformas de Crowdfunding

La financiación colectiva, crowdfunding o micromecenazgo es un sistema de cooperación que permite a cualquier persona creadora de proyectos, reunir una suma de dinero mediante las pequeñas aportaciones de una pluralidad de microprestamistas para apoyar una determinada iniciativa. Permite sacar adelante proyectos que no encuentran financiación tradicional, ya sea bancaria, créditos oficiales o de otro tipo. Estos proyectos pueden ser de muy diversos ámbitos, tales como los culturales, sociales, científicos ecológicos etc. lo que no impide que puedan financiarse iniciativas empresariales.

2. NATURALEZA JURÍDICA DE LAS PLATAFORMAS COLABORATIVAS

Para determinar el régimen jurídico aplicable a las plataformas colaborativas es importante determinar su naturaleza jurídica.

Considerando su funcionalidad las plataformas realizan servicios de mediación en la prestación de servicios. El contrato de mediación o corretaje es una figura más relacionada al ámbito mercantil que civil, señalando el Código de Comercio en su artículo 234 que “*existe 3 especies de mandatos mercantiles y uno de ello es la mediación o corretaje*”. En Chile no se regula especialmente el contrato de mediación o corretaje, estableciendo su definición efectos y extinción, sino que se limita, por una parte, a mencionarlo en la enumeración de los actos de comercio artículo 3° N° 11 del Código de Comercio “*Son actos de comercio, ya de parte de ambos contratantes, ya de parte de uno de ellos. Las operaciones de banco, las de cambio y corretaje*”; y por otra parte, se ocupa de definir y disciplinar la actividad de los corredores artículos 48 al 80 del Código de Comercio, esta codificación del siglo XIX (entro en vigencia año 1867) regula actividades comerciales e industriales del país claramente resulta insuficiente y no está preparado para regular comercios on line. Consecuencia de lo anterior, el contrato se regula, básicamente, por la autonomía de la voluntad de los contratantes, negocio jurídico que tiene su origen con el principio de libertad de la contratación, consagrado en el artículo 1445 del Código Civil y por las normas imperativas que reglamentan la actividad de los corredores. El derecho de los contratos, tanto civiles como comerciales, descansa en la idea de la libertad contractual, en su doble dimensión, libertad de contratación, es decir, libertad para celebrar un contrato que incluye la facultad de escoger con quién hacerlo y la libertad de configuración interna y de modificación del mismo, entendida como la autonomía que las partes tienen para determinar el contenido del contrato celebrado, en la medida que no se pacten cláusulas contrarias a la ley, a las buenas costumbres o al orden público. El Código Civil establece en el artículo 1445, como regla suprema, para que alguien pueda quedar obligado a otro por un acto o declaración de voluntad, es necesario que se consienta en dicho acto o declaración y que tal consentimiento no adolezca de vicios.

2.1 Nociones básicas, realidad actual

Las nuevas tecnologías, específicamente las plataformas electrónicas, se caracterizan por intermediar entre prestadores y receptores de servicios. Los mercados tradicionales pasan a estructurarse de manera multilateral, en los que unos prestadores más descentralizados, hacen uso de un tercero (Plataforma) para que medie en la contratación de sus servicios por los consumidores. Este sujeto, llamado mediador, actúa con especial independencia e imparcialidad, justamente útiles para el fin.

La mediación a través de plataformas permite incorporar al mercado nuevos prestadores, recursos ociosos y en general contratar de forma más eficiente, accediendo a la demanda con la oferta mejor situada para satisfacerla (Cercanía física, tiempo real, etc.)

2.2 Definición de mediación

Definiciones de la doctrina y la jurisprudencia

A) Malagarriga dice: *"El contrato de corretaje es un contrato sui generis que, difiriendo de la comisión y del mandato, cabe que se lo equipare, en cambio, a la locación de obra, de la que puede considerarse un tipo especial, y es accesorio, bilateral y no formal, pues por lo general se verifica tácitamente y resulta de la conducta de las partes y hasta de la nueva intervención sin protestas ni reservas"*

B) Para Karl Larenz: *"El contrato de corretaje o comisión es aquel contrato por el que una persona promete a otra una retribución o precio por indicarle la ocasión de celebrar un contrato o por mediar en el mismo."*

C) Fernando Fueyo lo define como: *"Un contrato preparatorio general con individualidad propia cuya esencia consiste en la interposición neutral del sujeto, llamado corredor o*

*mediador, quien presta un servicio profesional y autónomo con el objeto de señalar la oportunidad de contratar y de ayudar eficazmente en la conclusión del negocio y cuyo efecto de “Facio ut des” tiene por característica servicios a cambio de remuneraciones condicionada a la conclusión efectiva del contrato proyectado.”*⁴

d) Sandoval lo define como:

*Aquel por el cual una persona se obliga a abonar a otra llamada mediador o corredor una remuneración por servicio intermediario en la celebración de un negocio jurídico con un tercero*⁵

En el contrato de mediación, la prestación del mediador se agota con la facilitación de la contratación del servicio. En ningún caso el mediador es titular de la prestación del servicio que el oferente presta al demandante en el negocio jurídico principal del que el contrato de mediación es simplemente auxiliar.

2.3 Características del contrato de mediación

Como ya señalamos, la mediación en nuestro ordenamiento no se encuentra sujeta a una específica ordenación legal. No obstante la jurisprudencia ha identificado los rasgos principales del contrato de mediación:

a) Innominado, Facio Ut des: No constituye por sí mismo un fin último. Por lo anterior es que los contratos de mediación “que tiene sólo por objeto facilitar otros que necesariamente se han de seguir después y han de dar por resultado la ganancia que piensa sacar el que los ejecuta.

⁴ Fueyo Laneri Fernando, Derecho Civil, Tomo V, Volumen II, Editorial Imprenta y Lito. Universo S.A., Santiago de Chile, 1963, página 90.

⁵ Sandoval López Ricardo, Derecho Comercial, Tomo III, Volumen II, Editorial Jurídica, Santiago de Chile, año 2015, página 321.

b) Es bilateral: Las partes son aquí deudora y acreedora a la vez, una respecto de la otra. Y como dice Varelli, *"las dos obligaciones tienen su causa inmediata en el contrato y nacen con él, siendo una el contrapeso de la otra"*⁶. Más todavía, se cumple aquella mutua condicionalidad de las prestaciones de ambas partes, que es propio del carácter bilateral.

c) Es principal: Al igual que la promesa de celebrar un contrato, del artículo 1554 del Código Civil, el de corretaje o mediación es también un contrato principal. Resulta independiente del contrato al cual tiende, que, por lo demás, aún no ha nacido, siendo, además, eventual su nacimiento. Dicha independencia es indiscutible a pesar de la relación de contenido que pudiera encontrarse entre el de mediación y el futuro contrato.

El carácter principal que se asigna al corretaje o mediación se ajusta, a la configuración respectiva, del artículo 1442 del Código Civil, cuando esta disposición establece que *"el contrato es principal cuando subsiste por sí mismo sin necesidad de otra convención"*

d) Consensual: Una de las partes (corredor o mediador) se compromete a indicar a la otra (El comitente) la oportunidad de concluir un negocio jurídico con un tercero o de servirle para ello de intermediario, a cambio de una retribución.

e) Oneroso: Considerando que el corretaje o mediación produce un gravamen y una utilidad para cada parte, es obvio que, por aplicación del art. 1440 del Código Civil, hemos de tenerlo por oneroso. Desde el ángulo del corredor, el gravamen consistirá en los actos de mediación a que se obligó por el contrato, y que la utilidad radicará, a su vez, en el derecho de corretaje que ganara por esa mediación. Mirado desde el ángulo del interesado, el gravamen consistirá en el precio de los servicios y la utilidad en haber hecho realizable la operación proyectada.

⁶ Fueyo Laneri Fernando, Derecho Civil, Tomo V, Volumen II, Editorial Imprenta y Lito Universo, S.A., Santiago de Chile 1963, página 96.

2.4 Mediación por medios electrónicos

Sin lugar a dudas la prestación del servicio de mediación por medios electrónicos, realizados en tiempos reales es diferente y presenta rasgos desconocidos en comparación con los tradicionales servicios de mediación como los prestados por corredores de propiedades o de seguros. No obstante, cabe concluir que la mediación a través de medios electrónicos presenta los mismos elementos esenciales que los tradicionales servicios de mediación o corretaje.

2.5 Contratos afines

*“El contrato de mediación o corretaje se asemeja al contrato de mandato o al de comisión, pero no se confunde con él, porque su objeto esencial es la función de mediación consistente en que el corredor pone en relación a los eventuales contratantes, sin intervenir en el contrato de que se trata, ni actuar como mandatario de ninguno de ellos. El mediador, a diferencia del comisionista o del mandatario, no representa ni contrata por la persona que le dio el encargo”.*⁷

También podría asemejarse con un arrendamiento de servicio, con la diferencia que en el contrato de mediación prevalece la individualidad propia, sus rasgos peculiares e inconfundibles hacen de este contrato una figura particular. Para advertir claramente la distinción, que supera la pretendida conexión de lo genérico y lo específico, basta atender

⁷ Sandoval López Ricardo, Derecho Comercial, Tomo III, Volumen II, Editorial Jurídica, Santiago de Chile, año 2015, página 323.

solo a dos cosas:” *la posición del mediador frente a las partes y la condicionalidad de la remuneración*”.⁸

En cuanto a lo primero, consideremos que el arrendador de servicios ayuda en el interés de su cliente; en cambio, el corredor se interpone entre dos contratantes que son, ambos, sus clientes, respecto de un mismo negocio.

En cuanto a la condicionalidad de la remuneración, resulta claro que en el arrendamiento de servicio se encuentra a la sujeción de un resultado, en cambio, para el corredor, la remuneración dependerá siempre de una gestión que condujo efectivamente a la conclusión del contrato proyectado, excluyéndose las oportunidades frustradas.

2.6 Régimen Jurídico de las plataformas colaborativas

Para nosotros el Régimen jurídico aplicable a las plataformas se debería regir en lo esencial de su actividad por el derecho del Estado de establecimiento. En los contratos de mediación debería acudir a las normas del mismo estado en esa materia, en el caso nacional como ya se señaló la legislación es escasa.

2.6.1 Situación en Europa respecto al régimen jurídico de las plataformas

En el caso de Europa el régimen jurídico aplicable a las plataformas colaborativas lo determina su naturaleza de servicio de la sociedad de la información, entendido este último como aquel servicio que se presta a distancia, por vía electrónica, a petición individual del

⁸ Fueyo Laneri Fernando, Derecho Civil, Tomo V, Volumen II, Editorial Imprenta y Lito. Universo S.A., Santiago de Chile, año 1963, página 110

destinatario, y normalmente a cambio de una remuneración. En términos generales, estos servicios comprenden los prestados a través de Internet siempre que representen una actividad económica para el prestador. Su régimen jurídico se establece parcialmente en la Directiva de la Unión Europea sobre comercio electrónico, normas que no tienen incorporación alguna en el Derecho Chileno.

Aun no siendo vinculantes estas directivas en nuestro derecho, resumiremos lo más importante de ellas para mejor comprensión del fenómeno y como ejemplo de soluciones a problemáticas planteadas por las plataformas.

1° la Directiva 2000/31/CE dispone que es de aplicación a una plataforma el Derecho del estado de establecimiento. Las grandes plataformas se establecen en un Estado, desde que prestan sus servicios al resto de los Estados. (Ejemplo Airbnb, está establecido en Irlanda, mientras que Uber, está establecido en Holanda)

2° Los estados receptores sólo pueden restringir la prestación de servicios desde el Estado de establecimiento por una de las siguientes causas taxativas.-

- a) Orden público en especial protección de menores y violaciones a la dignidad humana.
- b) Protección de salud pública
- c) Defensa nacional.
- d) Protección de los consumidores, incluidos los inversores.

3° Las restricciones deberán ser proporcionales a la causa que fundamente la restricción, y limitarse a la medida menos restrictiva posible.-

4° La directiva, excluye que se requiera una autorización para la prestación de servicios de la Sociedad de la información, a no ser que la misma se requiera también para servicios de la misma naturaleza en el mundo físico.

Con todo lo anterior se pretende proteger la innovación de las restricciones que puedan imponer los Estados receptores a fin de proteger la actividad de sus nacionales.

Cada Estado (miembro de la Unión Europea) puede establecer el régimen que desee para los servicios de mediación propias de las plataformas colaborativas, siempre que se respeten las exigencias de la Directiva de Servicios.

2.7 Plataforma Colaborativa y aplicación del Derecho del consumidor

A nuestro entender para aplicar las normas del derecho del consumidor en el caso de las plataformas colaborativas, tendríamos que encontrarnos en el supuesto de ser el proveedor, un proveedor profesional, en este caso, estamos en el marco del consumo tradicional, que cae bajo el alero de la normativa de consumo clásico, independiente si el canal es una tienda tradicional o una plataforma. De lo anterior se desprende que siempre debería aplicarse el derecho del consumidor en las plataformas colaborativas donde se establezcan relaciones entre “Comerciantes” o “proveedores profesionales” con “Consumidores”

De no encontrarse en el supuesto anterior y existiendo en el consumo colaborativo una relación simétrica entre pares (También llamada P2P) “de mi para ti”; siendo el ciudadano un prosumer (Termino que se analizara en capítulo III) o consumidor que produce, generándose una relación entre un “prosumer” y un consumidor no se podría aplicar la normativa de consumo.

Excepcionalmente y en el marco de las cláusulas abusivas pensamos que se podría recurrir siempre a los tribunales de policía local para declarar nula dichas cláusulas y de esta forma forzar a que el proveedor cumpla con lo prometido, que cese el acto que lesiona sus derechos u obtener la total indemnización de sus perjuicios.

En la actualidad son casi nulas denuncias que lleguen al Sernac por aplicación de la ley del consumidor contra las plataformas digitales, esto porque en la práctica las aplicaciones a través de su servicio de atención al cliente compensan casi de forma inmediata a quienes no se encuentren satisfechos con los servicios dados.

CAPÍTULO III. PROVEEDORES Y CONSUMIDORES EN EL CONSUMO COLABORATIVO.

1. GENERALIDAD

Las plataformas colaborativas y sus servicios de mediación en un mercado multilateral, dependen de un equilibrio entre proveedores y consumidores. Intervenciones que rompan este equilibrio o introducciones de rigidez sobreabundante en la libertad de las plataformas en la búsqueda de innovación, resultaría dañino al interés general.

2. PROVEEDOR SEGÚN LEY 19.496

La Ley de protección del consumidor (LPC) considera como proveedor a toda persona natural o jurídica, sin importar su carácter público o privado que habitualmente desarrollen actividades de producción, fabricación, importación, construcción, distribución o comercialización de bienes o de prestación de servicios a consumidores, por las que se cobre precio o tarifa.

La LPC, contiene concepto amplio de proveedor en el que se incluye a todas las personas naturales o jurídicas ya sean públicas o privadas, teniendo como su principal característica la habitualidad. Consecuencia de lo amplio de la definición, se podría generar un registro abundante de empresas que califican en esta categoría (Hoteles, bancos, financieras, restaurant, farmacias, etcétera)

2.1 Prestadores de Servicios en la economía colaborativa

Frecuentemente se confunde el servicio de mediación que prestan las plataformas colaborativas con el servicio que es mediado. Así hay quienes piensan que Airbnb presta

servicios de alojamiento, y no servicios de mediación en relación con el alojamiento, o que Uber presta servicios de transporte terrestre, y no servicios de mediación.-

Lo anterior tiene como consecuencia la sujeción de la plataforma a un régimen jurídico que no le corresponde en cuanto a responsabilidades o autorizaciones. No es Uber quien debe disponer de las correspondientes licencias de conducir para la prestación del servicio terrestre, sino los conductores que utilizan el servicio de mediación de las plataformas

2.2 Definición de prestador de servicio

El prestador del servicio es un tercero independiente a la plataforma digital, la cual se limita a mediar o facilitar la contratación de servicios con un tercero. El prestador concluye negocios jurídicos. Por una parte, tiene un contrato de mediación con la plataforma colaborativa a fin de que ésta facilite la contratación del servicio. Por otra parte, el prestador concluye un servicio de prestación de servicio con el consumidor.

El prestador del servicio es responsable de la prestación de servicio, en el ámbito contractual o sea con el consumidor; en lo relacionado con las autoridades públicas en todo lo referido a permisos, infracciones, etc y respecto a tercero, en el ámbito extracontractual. De esta forma si el servicio está sujeto a la obtención de un título habilitante, corresponde al prestador del servicio disponer del mismo, en el caso de una licencia de conducir para el transporte, no cabe exigir al mediador, a la plataforma, que disponga de dicha licencia para la prestación del servicio.

La plataforma digital, realiza voluntariamente un control de idoneidad del prestador de servicio para incrementar la seguridad de las transacciones y generar confianza en los consumidores del servicio, pero no imponen las condiciones de prestación de servicio, son los prestadores los que deciden o no prestar un servicio y los horarios en que se realizan.

2.3 Servicios entre iguales

Quizás una de las principales novedades de la economía colaborativa es la posibilidad de que personas físicas no profesionales presten servicios en competencia con los servicios prestados por los profesionales. Así, un particular puede prestar un servicio de transporte urbano con su vehículo (Uber). Los particulares ponen a disposición de otros particulares, bienes de su propiedad.

Está claro que los particulares siempre pudieron ceder el uso de sus bienes a terceros, la novedad la encontramos en la escala que permiten las plataformas. Antes un particular no encontraba demanda para su oferta puntual, dados los costos de la transacción (publicidad, seguridad, permisos, etcétera), lo que limitaba las transacciones a puntuales intercambios al reducido ámbito del círculo de familiares y amigos.

De lo anterior se consolida la figura del “*El prosumismo*” **éste** término deriva del *prosumidor*, término anglosajón (*prosumer*) usado por primera vez por Alvin **Toffer** en 1981, para designar a un individuo que, siendo consumidor, se involucra en actividades correspondientes a un productor, tomando el rol de éste último en ellas, sin dejar de ser **perse** un consumidor”⁹

Este fenómeno se extiende más allá de las prestaciones de servicios de alojamiento, de transporte o de servicios profesionales. Así se alcanzan a servicios financieros, sector eléctrico, etc . *Las grandes sociedades capitalistas daran paso a modelos menos centralizados, menos jerarquizados, con el protagonismo de los “prosumidores”*¹⁰

⁹ Disponible en R. M. (2013). *El Prosumidor de Internet*. Santiago de Chile. Consultado el 08 de noviembre del año 2017.

¹⁰ Montero Pascual Juan José, *La regulación de la economía colaborativa*, Editorial Tirant, España, primera edición año 2017, página 18.

2.4 Naturaleza jurídica de los prosumidores

Los particulares prestadores de servicios de la economía colaborativa están sujetos a las mismas obligaciones que los particulares que desean prestar servicios de acuerdo con modelos más tradicionales. Los particulares deben pagar su seguridad social y pago de impuestos. El tener autonomía no exime al prestador de servicio de disponer de permisos, licencias, patentes o registros exigidos para realizar la prestación.

Atendido lo anterior, los prosumidores se encuentran con la dificultad de enfrentarse a un modelo tradicional orientado al prestador de servicio profesional, cuyas obligaciones implican una barrera de entrada para los particulares prestadores de servicios de la economía colaborativa, los cuales, realizarán el servicio al margen de la legalidad, esto está suponiendo importantes fricciones entre los negocios tradicionales y los negocios de consumo colaborativo; los modelos tradicionales presionan para que se aumente la regulación que impida la entrada al mercado de nuevos prosumidores alegando competencia desleal.

3. LOS CONSUMIDORES

Un consumidor es una persona u organización que demanda bienes o servicios. Es decir, es un agente económico con una serie de necesidades.

3.1 Derecho del consumidor y disminución de desequilibrio entre prestador y receptor

El Derecho del consumidor tiene su origen en el desequilibrio que surge en la sociedad industrial entre los prestadores de servicios profesionalizados que tienden a imponer sus

condiciones a través de contratos masivos, y los consumidores débiles y desinformados, que solo deben aceptar o rechazar lo ofrecidas con las condiciones propuestas.

Económicamente y como consecuencia de lo anterior, la naturaleza de la relación de consumo dista bastante del paradigma liberal, el cual supone que consumidores racionales con información perfecta toman buenas decisiones. *Muy por el contrario, el consumidor se encuentra frente a estructuras complejas, costos de transacción y con serias dificultades para acceder a la información veraz, oportuna y fácilmente procesable.*¹¹

Los modelos de tutela clásicos como la protección otorgada por el Código Civil Chileno, o las normas sobre protección de los derechos del consumidor Ley N° 19.496, resultan insuficientes para proteger al consumidor

Sin embargo con la figura del “prosumidor” se transforma esta organización industrial, ya no esta tan claro quién es consumidor y quien es proveedor y en la posición que se encuentra cada uno.

El prestador de servicios en la economía colaborativa está conformado en gran parte por particulares no profesionales, desapareciendo la desigualdad entre este prestador de servicios y el consumidor, llegando incluso a requerir una cierta protección frente a abusos del receptor del servicio.

Teniendo en cuenta lo anterior, la economía colaborativa disminuye la asimetría de información entre prestador de servicio y receptor del mismo. La tecnología logra facilitar una mayor información al consumidor del servicio mediante perfiles del prestador, control de servicios o valoración del servicio realizada por terceros que utilizaron el servicio en el pasado. Esta última herramienta del consumidor, además sirve como mecanismo de autorregulación, en la medida de la sensación de un entorno seguro y confiable para la contratación.

¹¹ Protección efectiva del consumidor, Jaime Lorenzini Barría, Disponible en <https://www.espaciopublico.cl/wp-content/uploads/2016/05/12.pdf>. Consultado el 09 de noviembre del año 2017.

3.2 Autorregulación del mercado colaborativo

Algunos defienden que no resulta necesario la intervención pública en defensa del consumidor, específicamente normas sobre protección de los derechos del consumidor Ley N° 19.496 en el marco de la economía colaborativa. Esto por encontrarse las partes contratantes en un mercado multilateral con diversos mecanismos de protección derivados de la estructura de estos mercados, de la presencia de terceros que realicen intermediación y cuyo éxito depende en gran parte de la creación de un entorno de contratación confiable y seguro para los contratantes.

El modelo de negocios de las plataformas exige la creación de entorno seguro para contratar, equilibrando la relación entre prestador de servicio y consumidor. El desequilibrio en perjuicio de alguno de los intervinientes tendría como consecuencia el menor uso del servicio e incluso el desuso de la plataforma digital, reduciendo el valor de la misma para los prestadores y para la propia plataforma.

Se pueden identificar claramente 2 mecanismos de protección.

1° Instrumentos de respaldo, puntuación y comentarios. Se crea historial del consumidor o del prestador del servicio que permite a nuevos interesados valorar el riesgo de utilizar los servicios de cierto prestador,

2° Control de acceso a las plataformas, en forma de control de identidad, certificados penales, disposición de seguros, licencia, registros, etc.

3.3 Concepto general de consumidores colaborativos.

Surge el denominado “Collaborative Consumption” o Consumo Colaborativo basado en la leyenda “no querer las cosas sino la necesidad y experiencia que éstas satisfacen”

El consumo colaborativo es reciente y surge impulsado por situaciones de crisis. Este factor económico tiene como consecuencia la demanda de los consumidores hacia la búsqueda de servicios alternativos más baratos.

Con el surgimiento de la economía colaborativa cabe preguntarse si el modelo clásico de consumidor seguirá siendo una denominación válida en los tiempos actuales y si aún se justifica su tutela. Así se requeriría redefinir nociones básicas tales proveedor de bienes y servicios, empresarios, productores, etcétera.

El legislador establece un específico concepto de consumidores o usuarios, artículo 1 N° 1 de las Ley 19.496 *“las personas naturales o jurídicas que en virtud de cualquier acto jurídico oneroso, adquieren, utilizan, o disfrutan, como destinatarios finales, bienes o servicios. En ningún caso podrá ser considerado consumidores los que deban entenderse como proveedores”*. El derecho chileno busca una única noción de consumidor para poder atribuirles determinados derechos.

3.4. Consumidor como destinatario final del consumo

Según la definición artículo 1 N°1, se refiere a las personas que actúan en el ámbito ajeno al proveedor del artículo 1 N° 2. El consumidor participa en la relación de consumo con fines privados, celebrando actos jurídicos sobre bienes y servicios como destinatario final, sin incluirse, en procesos de producción, fabricación, importación, construcción, distribución o comercialización de los mismos.

La protección a las partes contratantes se extiende por la condición de consumidor final, asumiendo que esta es la parte más débil de la contratación. El concepto de consumidor debe vincularse más a un contexto específico que a personas determinadas. *“Así, la condición de consumidor no constituye una cualidad intrínseca de una determinada categoría de sujetos, sino más bien una función económica que se desarrolla en el mercado y que es ejercida por aquella persona que interviene en los diversos tipos de relaciones de consumo y negocios con la finalidad específica de dar satisfacción a sus necesidades*

personales, particulares o familiares, sin pretender mantener el producto o servicio adquirido y/o utilizarlo dentro de alguno de los eslabones de la cadena de suministros o comercialización”¹²

De esta forma se afirma que el Derecho de consumo no sería un derecho que afecta a un colectivo predeterminado de personas, sino un Derecho que contiene una regulación específica y singular para cierto tipo de relaciones jurídicas contractuales caracterizadas porque una de las partes de esta relación actúa con la finalidad de satisfacer a través del contrato sus necesidades personales o familiares.

Para aplicar las normas de consumo es preciso que sólo una parte del contrato pueda satisfacer con el bien o servicio y se convierta en el destinatario final, si ambos lo están, no hay derecho de consumo, sino una relación prevista en el Derecho privado.

3.5 Aplicación del derecho del consumidor en el consumo colaborativo

La economía colaborativa gestada en un mercado multilateral plantea la preocupación respecto a la protección de los consumidores, el tipo de actividad impone nuevos conceptos de consumo. Por lo anterior es importante determinar parámetros en la protección de usuarios de las plataformas.

Se genera una distorsión entre consumidores y el proveedor, los empleados y trabajadores por cuenta propia, o las prestaciones profesionales y no profesionales de los servicios. La Ley N° 19.496 Sobre la Protección del Derecho a los Consumidores, señala en su Artículo 1°.- La presente ley tiene por objeto normar las relaciones entre proveedores y consumidores, establecer las infracciones en perjuicio del consumidor y señalar el procedimiento aplicable en estas materias.

¹² Protección efectiva del consumidor, Jaime Lorenzini Barría, Disponible en <https://www.espaciopublico.cl/wp-content/uploads/2016/05/12.pdf>. Consultado el 09 de noviembre del año 2017.

La economía colaborativa ocasiona dificultades para la aplicación de los marcos legales de protección al consumidor. Se podría sostener en cuanto al derecho del consumidor que este se aplicaría a cualquier plataforma en la que se desarrollen prácticas comerciales y se contraen relaciones con consumidores. La normativa de consumo no se aplica a las transacciones de consumidores a consumidores. Por lo tanto, si ni el proveedor de servicios de colaboración ni el usuario son empresarios/ comerciales, las transacciones entre ellos caerán fuera del ámbito de aplicación del derecho del consumidor.

3.6 Problemas regulatorios del consumo colaborativo

La rápida expansión del consumo colaborativo ha puesto de manifiesto desfases y vacíos regulatorios. La legislación actual no contempla la casuística de este tipo de nuevos negocios, y esto está suponiendo importantes fricciones entre los negocios tradicionales y los negocios de consumo colaborativo; los negocios tradicionales presionan para que se aumente la regulación que impida la entrada al mercado de nuevos proveedores alegando competencia desleal.

Atendido lo anterior es que se señala que el consumo colaborativo abarca muchas áreas, y su proyección es prácticamente ilimitada, ya que nace de las necesidades de una persona. Con lo descrito anteriormente, se hace necesario reforzar la idea regular esta nueva forma de economía colaborativa.

En España, existe un Informe de ADICAE (Asociación de Usuarios de Bancos, Cajas y Seguros de España) sobre consumo colaborativo, el que en resumen, recomienda lo siguiente:

1º. Determinar las fronteras entre el consumo colaborativo y las relaciones de consumo convencionales que puedan enmascarse bajo sus notas distintivas o bajo sus soportes habituales, y muy especialmente, delimitar el ámbito de las relaciones entre consumidores de las que se puedan establecerse entre éstos y las plataformas que les ofrezcan servicios de soporte.

2º. *Delimitar el marco de obligaciones y derechos, una vez que el régimen convencional y ordinario del marco normativo civil pueda resultar insuficiente y la normativa de protección de los consumidores y usuarios pueda quedar al margen o excluida por su particular ámbito de aplicación.*

3º. *Definir el régimen de acceso a la actividad en aquellos aspectos que pudieran suponer la actuación como productor/proveedor de bienes y servicios, y – particularmente – el papel de las empresas que sustentan las plataformas sobre las que se generan estas relaciones económicas.*

4º. *Abordar la posible existencia de relaciones laborales o profesionales encubiertas entre las empresas colaborativas y los productores/prestadores de bienes o servicios circulados a través de las plataformas tecnológicas.*

5º. *Concretar la fiscalidad aplicable a las transacciones económicas derivadas de las relaciones de consumo colaborativo y los beneficios económicos potenciales o reales que se deriven para las partes en las mismas.”*¹³

El consumo colaborativo tiene aspectos o características especiales que han impedido la igualdad en los servicios tradicionales y la innovación no permite establecer el carácter legal donde acogerlos, ya que hay economías que existen sin ánimo de lucro solo con la maximización de los beneficios, y otras que existen contraprestación con ánimo de compartir gastos entre los usuarios, con la intención de generar el uso de un vehículo o apartamento en un momento específico. Esto acrecienta numerosas incógnitas que deberían aclararse si queremos fomentar el consumo colaborativo, entre ellas que sea una alternativa sostenible, que proporcione seguridad y claridad de los servicios, inclusive que los servicios tradicionales no se sientan perjudicados por la innovación y por tanto, no se recurran a demandas, donde la premisa sea solamente la competencia desleal.

¹³ Disponible en colaborativo, R. y. (2014). *informe sobre la realidad y perspectivas de andalucía*. Andalucía: ADICAE. Consultado el 09 de Noviembre del año 2017.

3.6.1 Factores que obstaculizan la revisión del marco regulatorio

1.- La incertidumbre

Existe incertidumbre acerca de las consecuencias negativas o positivas que los sistemas de economía colaborativa pueden tener sobre el bienestar social y como consecuencia la forma de regularlos sin vulnerar intereses legítimos implicados.

2.- Intereses de operadores establecidos

La revisión y modificación de normativas existentes puede perjudicar intereses de personas que tradicionalmente prestan servicios en el sector. Ejemplo: Taxistas que deben comprar licencias amortizables solo con la mantención en el tiempo de un limitado número de integrantes y fijación de tarifas.

3.- Captura de reguladores por los operadores establecidos.

El actual marco regulatorio es fruto de la captura de los reguladores por los operadores establecidos, a los cuales no les interesa que cambien las regulaciones.-

3.7 Existencia en Chile de proyectos de ley que regulen el consumo colaborativo.

En Chile, la llegada de Uber, ha sido una transformación no solo para el transporte, debido a su constante innovación, rapidez y costo del servicio, logrando un crecimiento drástico que ha afectado al transporte tradicional, sino para toda la sociedad, la cual ha presenciado como en el caso del transporte de pasajeros el consumo colaborativo ha cambiado absolutamente la forma de moverse, tanto es así que se han realizado por parte de los gremios de taxistas protestas, existiendo incluso ataques entre taxistas y conductores de Uber. Situaciones de tal gravedad que el gobierno se ha puesto como meta mejorar la calidad de los servicios de los gremios ofreciendo plataformas tecnológicas, y una regulación a las plataformas existentes, por estas razones el 19 de abril de 2016, se presenta un proyecto de ley, a través de asesoría técnica parlamentaria, proyecto que luego fue

modificado el 20 de julio del 2018, tomando el nombre de “Ley Uber” que sería el primer texto que legislaría un servicio del consumo colaborativo en Chile

El texto que se encuentra en el congreso tiene experiencia y legislación comparada sobre servicios de transporte de pasajeros asociados a aplicaciones móviles, asociado a compañías de “economía colaborativa”, como las empresas de redes de transporte, lo que permite concluir que éstas son una tendencia mundial que están convirtiendo bienes cotidianos disponibles en recursos transables entre personas, gracias al uso de nuevas tecnologías como son las redes informáticas y las aplicaciones móviles, que se están utilizando para cubrir las áreas grises que las empresas tradicionales no hacen. Uber busca regular tanto la calidad del servicio prestado (la seguridad de los clientes) como también la adaptación de las mismas a las normas existentes para servicios tradicionales (como es el caso de la obtención de licencias y pagos tributarios).

Además este proyecto cuenta con una solicitud ingresada por OFICIO N°26/TT/2016: Acerca de la operatividad en Chile de los sistemas de transporte privado tales como "Uber" y "Cabify", entre otros y solicita legislación comparada referente a la regulación del funcionamiento de tales servicios.

Se entrega una contextualización de este tipo de servicios, más información específica sobre la trayectoria de la empresa, destacando que las principales características que comparten este tipo de empresas son: la eliminación de intermediarios, el uso de recursos que actualmente están disponibles en el entorno privado, y el uso de tecnologías para acercar a oferentes y a consumidores.

La revisión de normativa asociada a las compañías que son clasificadas dentro de las empresas como Uber, es decir, las empresas de “economía colaborativa”, permite concluir que éstas son una tendencia mundial que están convirtiendo bienes cotidianos disponibles en recursos transables entre personas, gracias al uso de nuevas tecnologías como son las redes informáticas y las aplicaciones móviles. Su uso para el transporte, comercio, alojamiento, ofertas de servicios y muchos otros ítems suponen una nueva forma de comunicarse entre comunidades específicas, incluso más allá de las fronteras. En el caso

específico de las regulaciones de empresas de transporte de pasajeros como Uber, se puede observar muchas de ellas están siendo elaboradas para cubrir las “áreas grises” en que se posicionan estas nuevas empresas. Llama la atención, por otra parte, que la empresa Uber tiene servicios distintos (y negociaciones distintas también) con los reguladores de cada Estado, país o ciudad en la que ha expandido su servicio.¹⁴

Lo que podemos observar de cada caso presentado sobre las normativas existentes tanto nacional como extranjera es que aún existen vacíos que requieren una profundidad, las legislaciones aplicables aun observan la economía de una manera más conservadora, sin abarcar los servicios de una manera innovadora, quizás de la mirada del usuario que quiere acortar tiempos, más pro actividad y la satisfacción de sus necesidades, si logran tener esta mirada, quizás las normativas serían más fáciles de crear y aplicar.

El proyecto de ley antes mencionado tiene como finalidad regular las entidades operadoras de plataformas tecnológicas que intermedien el encuentro entre oferta y demanda de servicios de transporte remunerado de pasajeros prestados con taxis o con las plataformas tecnológicas que no operen con taxis y que sólo podrán prestar servicios con vehículos que reúnan elevados niveles de confort y tecnología, de conformidad con las características técnicas, de calidad y demás requisitos que determine, mediante reglamento, el Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones.

Estas plataformas tecnológicas deberán, además, cumplir con las exigencias entre ellas que se transporte a uno o más pasajeros individualizados en forma predeterminada y desde un origen hasta un destino preestablecido, procurando tener las siguientes funcionalidades:

a) Permitir al pasajero conocer el posible recorrido y costo aproximado del viaje antes de su inicio.

¹⁴ Departamento de Estudios, E. y. (19 de abril de 2016). *Biblioteca Congreso Nacional*. Recuperado el 23 de 05 de 2017, Disponible en <http://www.senado.cl>. Consultado el 15 de noviembre del año 2017

- b) Contar con un mecanismo para determinar la tarifa.
- c) Permitir una evaluación del viaje en línea.
- d) Contar con tecnologías de geolocalización.

Además este proyecto tiene la intención de regular el volumen de vehículos que en estos momentos se encuentran desarrollando este servicio de transporte de pasajeros que no se encuentra en la calidad de taxis inscritos en el Registro Nacional de Servicios de Transporte de Pasajeros, y que son vehículos particulares.

Para ello pretende crear el “Registro de Plataformas Tecnológicas”, que estará a cargo de la Subsecretaría de Transportes. En este Registro deberán inscribirse todas las entidades que operen, administren o proporcionen plataformas tecnológicas de transporte de pasajeros, identificándose a los representantes con su nombre completo o razón social, cédula nacional de identidad o rol único tributario y domicilio; la dirección de correo electrónico para efectos de recibir las notificaciones; así como toda otra información relevante para la habilitación de la prestación del servicio y para la aplicación de la ley, tales como los datos requeridos para la fiscalización y control, además estas plataformas, sólo podrán operar en la medida que paguen un valor que internalice los costos por la producción de externalidades negativas que generen. Dicho valor será determinado por el Panel de Expertos del artículo 14 de la ley N° 20.378, que crea el subsidio nacional para el transporte público de pasajeros, en función de la cantidad de kilómetros efectivamente recorridos por los vehículos que se encuentren adscritos a las respectivas plataformas: se establecerá los factores para el cálculo del valor, los períodos de cobro y el procedimiento para su pago, donde se señala que tomaran en cuenta la congestión la infraestructura y la demande que existe por el servicio.

La modificación ingresada en julio del presente año (2018) contempla la creación de empresas de aplicaciones de transportes (EAT) y las obliga a constituirse como compañías de transporte remunerado de pasajeros en Chile. Esto implica que deberán iniciar actividades en el país y además, hacerse cargo del servicio de transporte que entregan, por ejemplo en

caso de accidentes o calidad del servicio. Es decir, no podrán excusarse que solo proveen los servicios tecnológicos.

Asimismo, deberán inscribirse en un registro de aplicaciones que llevará el Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones (MTT). Si bien es un registro de las empresas, éstas a su vez deberán tener disponible al MTT la información actualizada de conductores y vehículos adscritos.

Asimismo, con el objetivo de establecer condiciones de seguridad para los usuarios, se les exigirá a todos los conductores licencia profesional A1 y no podrán dedicarse a la actividad aquellos que registren antecedentes penales por ciertos delitos de connotación social tales como sexuales, tráfico de drogas y manejo en estado de ebriedad con resultado de lesiones o muerte.

Como requisito de funcionamiento deben informar al usuario las tarifas del viaje con anterioridad, la ruta, la identificación del conductor y del vehículo, entre otras. También se les exige ofrecer un canal de contacto permanente de información y de reclamos, y contratar seguros de responsabilidad civil para los pasajeros.

En cuanto a los estándares de los vehículos, antigüedad y requisitos técnicos y de seguridad, estos quedarán entregados a un reglamento, a desarrollar por la cartera. En tanto, ya existe definición que todos tendrán que portar un distintivo visible.

Adicionalmente, las empresas de aplicaciones deberán entregar al MTT el importante insumo de sus datos de viajes, tales como kilómetros recorridos, horarios y zonas de operación, en tiempo real o en forma consolidada. Ello permitirá al Ejecutivo generar modificaciones o nuevas políticas públicas o las que sean necesarias para el sector.

El MTT se reserva la facultad de establecer condiciones de operación para las empresas de aplicaciones, con el objeto de regular medidas para el acceso, de calidad y cobertura de los servicios de transporte, y para contrarrestar eventuales impactos en la congestión, así como para otorgar condiciones especiales para vehículos cero emisión.

Por último, se establece un sistema de sanciones adecuado para el sistema tanto para las empresas y conductores, las que pueden fluctuar entre 10 a 100 UTM (\$477 mil a \$4,7 millones) y que serán impuestas por los Juzgados de Policía Local. De todos modos, el ministerio podrá cancelar a la aplicación del registro, por ejemplo, por acumulación de infracciones.

El proyecto además contempla sanciones a los pasajeros que colaboren en entorpecer la fiscalización. En cuanto a los viajes compartidos, se podrán realizar solo en taxis colectivos.

Respecto a los taxis, el proyecto establece que fomentará el uso de tecnologías para captar pasajeros y establecer mecanismos de cobro distintos al actual taxímetro.

3.7.1 Reflexión

Cuando nace la idea de crear una normativa con el fin de regular las plataformas tecnológicas, que están siendo utilizadas por el transporte, y que utiliza vehículos particulares para realizar este servicio, se produce una competencia desleal para las empresas de taxis, porque éstas no cuentan con la tecnología adecuada o porque el vehículo particular que entrega este servicio no está inscrito y no paga los impuestos correspondientes, no cumpliendo con las exigencias específicas requeridas por el ministerio de transporte (al taxista).

Al revisar este proyecto de ley, se observa que el estado quiere regular y exigir que las plataformas tecnológicas que entregan un servicio de transporte, se adhieran a esta norma implementando para ellos diferentes exigencias que controlen, entre otros puntos, la cantidad de vehículos que están realizando el servicio, cuanto es el valor del servicio, etc. (lo que actualmente se desconoce).

Pero, ¿qué hace que este servicio exista, y se mantenga en el tiempo si el servicio de taxis lleva años realizando la misma labor?, se cree que el uso de la tecnología ha producido la gran diferencia, pero si le preguntáramos a los usuarios de ambos servicios ¿que nos

dirían?, ¿se les habrá pedido la opinión? Mientras tanto esta normativa sigue en estudio, uno de ellos sigue creciendo y el otro ha comenzado a decaer.

Sabemos que siempre es bueno poner reglas, pero servicios que nacieron por las necesidades del mercado de siglo XXI formados por redes de distribución entre personal para compartir o intercambiar activos que de otra forma estarían infrautilizados, podrán ser normados con las mismas reglas que se imponen a los taxistas o habría que dar espacio y destacar al prosumidor que es la figura principal del consumo colaborativo.

Así mismo, ¿cuál es la esperanza de los servicios de taxis de que se lleve a efecto esta normativa?, ¿será que esperan que al regular las plataformas tecnológicas que señalamos anteriormente, bajará el uso de este servicio por el usuario que actualmente lo prefiere, o será que el taxi deberá finalmente crecer y mejorar su servicio’.

No podemos saber con exactitud qué pasará con la aplicación de la normativa, solo confirmar que ella servirá para controlar paulatinamente un servicio nacido de la idea del consumo colaborativo que globalmente está creciendo cada vez más.

3.8 Existencia en Chile de Fallos Judiciales que afecten al consumo colaborativo

En la actualidad existe un solo fallo, que tiene como protagonista a una plataforma de consumo colaborativo se trata de una sentencia pronunciada por La Corte de Apelaciones de Santiago que rechazó el recurso de protección presentado en contra de la administración de edificio que acordó aplicar multas a aquellos copropietarios que utilicen la plataforma Airbnb para ofrecer arriendos.

En fallo unánime (causa rol 26.493-2018), la Séptima Sala del tribunal de alzada descartó actuar arbitrario de la comunidad del edificio Jardines Fray de León, de la comuna de Las Condes, que estableció sanciones para los propietarios que utilicen la aplicación de arriendo online.

"En consecuencia, es perfectamente posible y, sobre todo, legalmente aceptable, que en un Reglamento de esa clase se establezcan restricciones al ejercicio del derecho de propiedad,

en sus diversas manifestaciones, cuestión que por lo demás, es de elemental sentido común cuando se trata de vivir en sociedad, extremo que cobra todavía mayor vigencia cuando se vive en comunidad, casos en los cuales el interés individual debe ceder muchas veces ante el beneficio colectivo o común", sostiene el fallo.

Resolución que agrega: "De las distintas situaciones que allí se contemplan, resultan pertinentes al caso la prohibición de destinar las unidades al funcionamiento de Apart Hotel, arriendo de departamentos por horas, casas de pensión u hospedaje. El denominador común que subyace en todas esas hipótesis es la proscripción de utilizar los departamentos para su uso transitorio por terceras personas o que importen ejecutar una actividad virtual o verdaderamente hotelera. Al margen que la recurrente rindió prueba que lo demuestra, lo cierto es que corresponde a un hecho de conocimiento prácticamente público que la denominada aplicación "AIRBNB" es una plataforma informática de carácter hotelera, que permite contactar (vía remota o a distancia) a quien ofrece arrendamientos pasajeros o de carácter transitorio -que pueden ser hasta por horas-, con aquellas personas que demandan ese tipo de ofrecimientos, modalidades que contrarían las prohibiciones establecidas en el reglamento antes aludido".

"No está demás consignar que, al margen que la Administración se ha limitado a implementar medidas que tiendan a propiciar el cumplimiento de la normativa interna de la comunidad, el punto es que también parecen estar legitimadas esas medidas por exigencias de seguridad y de control mínimo evidentes. En efecto, esas formas de arrendamiento tienden a transformar un edificio esencialmente privado en otro de acceso casi público, perturbándose de ese modo 'el legítimo ejercicio de los derechos de los demás ocupantes del edificio'", concluye.¹⁵

Para fundamentar el fallo la corte de apelaciones de Santiago se basó en la ley N° 19.537 Sobre copropiedad inmobiliaria, que fija normas a cumplir por propietarios de departamentos o viviendas ubicados en condominios:

¹⁵ Disponible en http://www.pjud.cl/web/guest/noticias-del-poder-judicial/-asset_publisher/kV6Vdm3zNEWt/content/corte-de-santiago-rechazo-recurso-contr-administracion-de-edificio-por-multas-a-propietarios-que-ofrezcan-arriendos-por-aplicacion-web. Consultado el 07 de Enero del año 2018.

Artículo 32.- “Los copropietarios, arrendatarios u ocupantes a cualquier título de las unidades del condominio, deberán ejercer sus derechos sin restringir ni perturbar el legítimo ejercicio de los derechos de los demás ocupantes del condominio”.

La aplicación de estas sanciones se fundó en el Reglamento de Copropiedad del propio edificio Jardines Fray de León, que establece la prohibición para usar los departamentos en calidad de apart hotel o para arrendarlo por horas. Según un fallo unánime, la Corte de Apelaciones descartó arbitrariedad en el actuar de la administración del inmueble.

3.9 Propuestas para una futura regulación de la economía colaborativa

Atendida las crecientes voces de alarma sobre la necesidad de una mayor intervención pública en la actividad de la economía colaborativa se plantean las siguientes propuestas de regulación:

- 1.-Incorporar regulaciones específicas para las plataformas colaborativas buscando mayor claridad respecto de los intervinientes, responsabilidades y obligaciones de cada uno.-
- 2.- Imponer a las plataformas un mayor control en el filtro de acceso a la misma, con mayor rigurosidad respecto de los proveedores, esto se traduce en una mejor comprobación de identidad, disposición de permisos, seguros, etcétera.
- 3.- Registro en cuanto al derecho de acceso a la plataforma por los usuarios. Un usuario se podría excluir de la utilización de una determinada plataforma en caso de existir registros de haber realizado un mal uso de la misma.
4. Reforzar el sistema de valoración con mayor transparencia, eliminando comentarios irrelevantes o manipulados y privilegiando comentarios positivos.

Capítulo IV “CONCLUSIONES”

En el transcurso de este trabajo se ha puesto de manifiesto que el fenómeno de la economía colaborativa está adquiriendo importancia y gran influencia en los tiempos actuales, las recesiones económicas y los avances tecnológicos han impulsado a la economía colaborativa, creando un mercado abierto para el uso temporal de bienes y servicios a menudo proporcionados por individuos privados.

Lo colaborativo, tiene su estructura en el funcionamiento de internet que permite transacciones entre las personas que quieren proporcionar y utilizar un servicio, esto facilita la vida a una multitud de personas, ya sea por el hecho de satisfacer necesidades económicas, sociales, geográficas, etc. Siendo utilizados para una amplia gama de servicios, desde el arriendo de una vivienda, hasta el uso de autos de forma compartida y el desarrollo de pequeños trabajos domésticos.

Sin perjuicio de lo anterior, la economía colaborativa también tiene sus detractores, plataformas como Airbnb o Uber que forman parte de esta economía afectan a mercados tradicionales significativamente, pero es tal la velocidad de avance y desarrollo de este fenómeno que hace imprescindible encontrar la regulación adecuada y conseguir una perfecta integración con la economía actual, para evitar que pueda acarrear consecuencias negativas para la sociedad como está ocurriendo por ejemplo con Uber, donde en el caso chileno hay gran violencia entre los actores del sector transporte.

Está claro que la búsqueda de los consumidores por servicios alternativos más económicos no disminuirá en los próximos años. En este contexto los modelos colaborativos son más atractivos tanto para el consumidor, como para los proveedor de un bien o servicio, esto porque para una parte resulta más barato ese bien o servicio y para la otra permite utilizar recursos existentes que se encuentran sin uso sin tener que invertir mucho dinero. Así las personas no solo van tomando más conciencia sobre el asunto, sino que se están implicando

e interesando más en lo ofrecido por la economía colaborativa, por significar esta implicación mejoras en la economía de las familias.

Por último la aparición de la economía colaborativa y la entrada en el mercado de nuevos modelos de negocios, necesariamente lleva a cuestionarse la aplicación de conceptos clásicos para regular estos negocios modernos. Por ejemplo conceptos como consumidor requerirán redefinir su noción, lo mismo deberá suceder con el concepto de empresario y de proveedor. Todo esto, tomando en consideración que esta economía llegó para quedarse, y que de alguna manera debemos resguardar su adecuado funcionamiento, creando los mecanismos necesarios que ayuden a solucionar problemas, que sucedan producto de su práctica.

BIBLIOGRAFIA

- Montero Pascual Juan José, La regulación de la economía colaborativa, Editorial Tirant, España, primer edición 2017.
- Fueyo Laneri Fernando, Derecho Civil, Tomo V, Volumen II, Editorial Imprenta y Lito Universo, S.A., Santiago de Chile, año 1963.
- Sandoval López Ricardo, Derecho Comercial, Tomo III, Volumen II, Editorial Jurídica, Santiago de Chile, año 2015.

Páginas Web

- Disponible en https://aerbook.com/books/Whats_Mine_Is_Yours-81525.html?social=1&retail=1&emailcap=0. Consultado el 10 de octubre del año 2017.
- Disponible en R. M. (2013). *El Prosumidor de Internet*. Santiago de Chile. Consultado el 08 de noviembre del año 2017.
- Protección efectiva del consumidor, Jaime Lorenzini Barría, Disponible en <https://www.espaciopublico.cl/wp-content/uploads/2016/05/12.pdf>. Consultado el 09 de noviembre del año 2017.
- Disponible en Colaborativo, R. y. (2014). *informe sobre la realidad y perspectivas de andalucia*. Andalucía: ADICAE. Consultado el 09 de noviembre dell año 2017.
- Departamento de Estudios, E. y. (19 de abril de 2016). *Biblioteca Congreso Nacional*. Recuperado el 23 de 05 de 2017, Disponible en <http://www.senado.cl>. Consultado el 15 de noviembre del año 2017.
- Disponible en http://www.pjud.cl/web/guest/noticias-del-poder-judicial/-asset_publisher/kV6Vdm3zNEWt/content/corte-de-santiago-rechazo-recurso-contr-administracion-de-edificio-por-multas-a-propietarios-que-ofrezcan-arriendos-por-aplicacion-web. Consultado el 07 de Enero del año 2018.

ANEXOS

PROYECTO DE LEY:

TÍTULO I

DE LAS PLATAFORMAS TECNOLÓGICAS REGULADAS EN LA PRESENTE LEY

Artículo 1.- La presente ley tiene por objeto regular las entidades operadoras de plataformas tecnológicas que intermedien el encuentro entre oferta y demanda de servicios de transporte remunerado de pasajeros prestados con taxis o con los vehículos a los que se refiere el artículo 4, por las calles y caminos del territorio nacional.

Artículo 2.- Para los efectos de la presente ley, se entenderá por “entidades operadoras de plataformas tecnológicas que intermedien el encuentro entre oferta y demanda de transporte remunerado de pasajeros” (en adelante “plataformas tecnológicas”) las entidades que operen, administren o proporcionen cualquier sistema, aplicación, tecnología o mecanismo, de carácter informático, que permita acceder a un servicio de transporte remunerado de pasajeros prestado con taxis o con vehículos a los que se refiere el artículo 4.

Las plataformas tecnológicas que operen con los vehículos a que se refiere el artículo 4 sólo podrán prestar servicios en la medida que se transporte a uno o más pasajeros individualizados en forma predeterminada y desde un origen hasta un destino preestablecido.

Las plataformas tecnológicas de carácter colectivo, esto es, aquéllas donde: a) exista un trazado preestablecido; b) se recoja a distintos pasajeros sin relación entre sí durante un mismo viaje o recorrido; o c) en general, se transporte colectivamente en forma remunerada a personas, sólo podrán operar con taxis inscritos en el Registro Nacional de Servicios de Transporte de Pasajeros, en su modalidad taxi colectivo.

Las plataformas tecnológicas que operen con taxis inscritos en el Registro Nacional de Servicios de Transporte de Pasajeros podrán utilizar aplicaciones que actúen como mecanismo de cobro, distintas del taxímetro. En los casos en que la tarifa se encuentre

regulada, el Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones establecerá los parámetros para la determinación de la tarifa que se cobre mediante el uso de tales aplicaciones. Con todo, las tarifas que se cobren mediante el uso de estas aplicaciones podrán ser inferiores a las reguladas.

Artículo 3.- Créase el “Registro de Plataformas Tecnológicas”, en adelante el “Registro”, a cargo de la Subsecretaría de Transportes. En este Registro deberán inscribirse todas las entidades que operen, administren o proporcionen plataformas tecnológicas en los términos dispuestos en los artículos 1 y 2 de la presente ley.

El Registro contendrá los antecedentes que identifiquen a los representantes de tales plataformas tecnológicas, tales como nombre completo o razón social, cédula nacional de identidad o rol único tributario y domicilio; la dirección de correo electrónico para efectos de recibir las notificaciones; así como toda otra información relevante para la habilitación de la prestación del servicio y para la aplicación de esta ley, tales como los datos requeridos para la fiscalización y control.

El Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones, mediante decreto supremo, regulará las condiciones y el procedimiento de inscripción en el referido Registro.

TÍTULO II

DE LAS PLATAFORMAS TECNOLÓGICAS QUE NO OPEREN CON TAXIS Y DE LA DETERMINACIÓN DE PRECIOS

Artículo 4.- Las plataformas tecnológicas que no operen con taxis sólo podrán prestar servicios con vehículos que reúnan elevados niveles de confort y tecnología, de conformidad con las características técnicas, de calidad y demás requisitos que determine, mediante reglamento, el Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones.

Dichas plataformas tecnológicas deberán, además de cumplir con las exigencias a que se refiere el inciso segundo del artículo 2, poseer, a lo menos, las siguientes funcionalidades:

- a) Permitir al pasajero conocer el posible recorrido y costo aproximado del viaje antes de su inicio.
- b) Contar con un mecanismo para determinar la tarifa.
- c) Permitir una evaluación del viaje en línea.
- d) Contar con tecnologías de geolocalización.

En ningún caso estos vehículos podrán recoger pasajeros en la vía pública si éstos no han concertado una reserva previa, mediante las referidas plataformas tecnológicas. La reserva nunca podrá realizarse al abordar el vehículo o una vez iniciado el viaje. Asimismo, sus conductores no podrán, bajo circunstancia alguna, solicitar o aceptar pagos en efectivo.

Artículo 5.- Los conductores de los vehículos a que se refiere el artículo 4 deberán poseer licencia profesional clase A-1, A-2 o A-3 o licencia clase A-1 otorgada con anterioridad al 8 de marzo de 1997, con su control vigente y no registrar en su certificado de antecedentes para fines especiales anotaciones relativas a los delitos previstos en los artículos 141 y 142 del párrafo 3 del título III; en los párrafos 5 y 6 del título VII y los artículos 433, 436 y 438 del párrafo 2 del título IX, todos del libro II del Código Penal, ni los delitos previstos en los artículos 193, 195 y 196 del párrafo 1 del título XVII de la ley N° 18.290, de Tránsito, cuyo texto refundido, coordinado y sistematizado fue fijado por el decreto con fuerza de ley N° 1, de 2007, de los Ministerios de Transportes y Telecomunicaciones y de Justicia.

Los representantes de las plataformas tecnológicas inscritas en el Registro a que se refiere el artículo 3 deberán verificar el cumplimiento de estos requisitos al momento de adscribir vehículos a sus plataformas tecnológicas.

Artículo 6.- Las plataformas tecnológicas a que se refiere este título sólo podrán operar en la medida que paguen un valor que internalice los costos por la producción de externalidades negativas que generen. Dicho valor será determinado por el Panel de Expertos del artículo 14 de la ley N° 20.378, que Crea el subsidio nacional para el transporte público de pasajeros, en función de la cantidad de kilómetros efectivamente

recorridos por los vehículos que se encuentren adscritos a las respectivas plataformas tecnológicas, dentro del plazo que determine el Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones mediante el reglamento a que se refiere el artículo siguiente.

Artículo 7.- Para efectos de lo previsto en el artículo anterior, el Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones, mediante reglamento suscrito también por el Ministro o Ministra de Hacienda, establecerá los factores para el cálculo del valor, los períodos de cobro y el procedimiento para su pago. Para la determinación del valor se tomarán en consideración especialmente los siguientes factores: niveles de congestión, capacidad de la infraestructura existente y niveles de oferta y demanda por estos servicios. Considerando, entre otros, los referidos factores, el Panel de Expertos estará facultado para determinar, condicionar o eximir, en su caso, del pago en determinados períodos de tiempo, horarios y zonas de aplicación.

El Panel de Expertos también podrá establecer, con carácter intransferible, la cantidad máxima de kilómetros que dentro de un plazo determinado podrán recorrer los vehículos de que trata este título en caso de congestión vehicular o contaminación ambiental, todo lo anterior sobre la base de las condiciones y los requisitos que, al efecto, establezca el reglamento las que en cualquier caso deberán contemplar la realización de concursos públicos.

Los recursos provenientes del pago del valor que efectúen las plataformas tecnológicas a que se refiere este título ingresarán al Fondo para la Innovación del Transporte Remunerado de Pasajeros que crea el artículo 18.

TÍTULO III

DEL CONTROL, INHABILIDADES, SANCIONES Y EL PROCEDIMIENTO SANCIONATORIO

Artículo 8.- Para efectos de la aplicación, controles y fiscalización de esta ley, las plataformas tecnológicas deberán registrar y mantener a disposición de los Inspectores Fiscales y Carabineros de Chile la información sobre kilómetros recorridos, vehículos,

conductores, los lugares de recogida y bajada de pasajeros, hora y duración de los viajes, hora de reserva, precio cobrado y evaluación del viaje.

Toda otra información que las plataformas tecnológicas recaben deberá ser adecuada, pertinente y no excesiva en relación con el ámbito y las finalidades explícitas y legítimas para las que se hayan obtenido e informado al pasajero. La información que recaben concerniente a personas naturales, identificadas o identificables, deberá, además, adecuarse a lo dispuesto en la ley N° 19.628, sobre Protección de la Vida Privada.

Artículo 9.- El Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones tendrá acceso a la información indicada en el inciso primero del artículo precedente y demás antecedentes que le permitan verificar el cumplimiento de las obligaciones establecidas en la presente ley, para lo cual podrá realizar o encargar auditorías a las plataformas tecnológicas. El reglamento determinará la forma, condiciones de seguridad y frecuencia con la que dicha información deberá ser remitida. El Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones sólo podrá utilizar la información para los fines antedichos, estándole prohibido, en consecuencia, tratar la información para fines diversos a los señalados.

Artículo 10.- La constatación por parte de Carabineros de Chile o de Inspectores Fiscales de la conducción de taxis en cualquiera de sus modalidades o de vehículos a que se refiere el artículo 4, por un conductor que registre condenas por la comisión de cualquiera de los delitos señalados en el artículo 5 de la presente ley, será causal de cancelación de oficio por parte del Secretario Regional Ministerial de Transportes y Telecomunicaciones del vehículo en el Registro Nacional de Servicios de Transporte de Pasajeros, sin derecho a reemplazo, cuando el conductor sea a la vez el propietario del vehículo, o, en el caso de los vehículos a que se refiere el artículo 4, de la aplicación de una multa a beneficio fiscal de 1.000 unidades tributarias mensuales a la plataforma tecnológica responsable. A su vez, el conductor será sancionado con la suspensión de la licencia para conducir vehículos motorizados por el término de 12 meses.

Cuando el propietario del vehículo inscrito en el Registro Nacional de Servicios de Transporte de Pasajeros sea una persona distinta a la del conductor condenado por alguno

de los referidos delitos, el vehículo mantendrá su inscripción en el referido Registro Nacional de Servicios de Transporte de Pasajeros, sin perjuicio de sancionarse con la indicada suspensión de licencia al conductor.

Artículo 11.- Procederá la cancelación de la inscripción de un vehículo como taxi en el Registro Nacional de Servicios de Transporte de Pasajeros, sin derecho a reemplazo, cuando un fiscalizador constate que el taxímetro del mismo ha sido adulterado de cualquier forma o cuando exista un cobro distinto a la tarifa regulada o, en los casos en que ésta no se encuentre regulada, a la convenida. Esta cancelación se practicará de conformidad al procedimiento sancionatorio establecido en el artículo 16.

Artículo 12.- Las plataformas tecnológicas que no se encuentren inscritas en el Registro, o que encontrándose registradas no cumplan con los requisitos, condiciones o exigencias que al efecto se establezcan serán sancionadas, de conformidad al procedimiento establecido en el artículo 16, con una multa a beneficio fiscal no inferior a 100 ni superior a 10.000 unidades tributarias mensuales. Asimismo, el Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones podrá cancelar la autorización y ordenar a los operadores de servicios de telecomunicaciones el bloqueo del Domain Name System, DNS, de la plataforma infractora.

Artículo 13.- Las plataformas tecnológicas que operen con los vehículos a que se refiere el artículo 4, respecto de las cuales se constate el no pago del valor que exige la presente ley serán sancionadas, de conformidad al procedimiento establecido en el artículo 16, con una multa a beneficio fiscal no inferior a 100 ni superior a 10.000 unidades tributarias mensuales. En caso de reincidencia en el período de un año serán, además, canceladas del Registro, con prohibición de volver a inscribirse dentro de un plazo de 2 años contado desde que se haya practicado la cancelación.

Artículo 14.- Si se constatare que las plataformas tecnológicas que operen vehículos a que se refiere el artículo 4 han pagado un valor menor al efectivamente recorrido por los vehículos asociados o los kilómetros excedieran el máximo adquirido, en caso que éste haya sido limitado por el Panel de Expertos, el representante de la plataforma tecnológica

deberá obligatoriamente pagar por los kilómetros efectivamente recorridos al doble del valor que se haya fijado originalmente. La reincidencia en esta conducta dentro del plazo de 6 meses contado desde que se verifique el pago de un precio equivalente al doble del que se haya fijado, será sancionada, además, con multa de 100 unidades tributarias mensuales, de conformidad al procedimiento sancionatorio establecido en el artículo 16.

Artículo 15.- El Juez de Policía Local decretará, por un plazo de 90 hasta 180 días, la suspensión de la licencia al conductor de un vehículo que se encuentre realizando servicios de transporte remunerado de pasajeros sin estar debidamente inscrito en el Registro Nacional de Servicios de Transporte de Pasajeros o, en el caso de vehículos a que se refiere el artículo 4, sin estar adscrito a una plataforma tecnológica registrada de conformidad al artículo 3. En caso de reincidir en esta conducta dentro del plazo de 12 meses contado desde la aplicación de la respectiva sanción, el Juez de Policía Local decretará la suspensión por un plazo no inferior a 180 días.

En estos casos, se procederá, además, al retiro del vehículo de circulación por parte de Carabineros de Chile o Inspectores Fiscales, poniéndolos a disposición del tribunal competente en los lugares habilitados por las municipalidades para tal efecto.

Con todo, no se aplicará la suspensión de licencia a los conductores que, habiendo solicitado al Secretario Regional Ministerial de Transportes y Telecomunicaciones correspondiente la inscripción del vehículo en el Registro Nacional de Servicios de Transporte de Pasajeros, se encuentren a la espera de la entrega del certificado de inscripción respectivo.

Artículo 16.- Sin perjuicio de las sanciones que corresponda aplicar a los Juzgados de Policía Local, la Subsecretaría de Transportes aplicará las sanciones administrativas dispuestas en la presente ley previo procedimiento administrativo, que se iniciará con la formulación de los cargos y la notificación al afectado para que presente sus descargos. El plazo conferido para presentar los descargos será de diez días contado desde la fecha de notificación.

En caso que el afectado solicite en sus descargos rendir prueba, se fijará al efecto un término probatorio que no podrá ser superior a diez días. La prueba rendida será apreciada de acuerdo a las reglas de la sana crítica.

La resolución que se dicte deberá pronunciarse sobre cada una de las alegaciones y defensas del afectado y, mediante resolución fundada, aplicará la sanción, sobreseimiento o absolverá, según corresponda. La referida resolución deberá dictarse dentro de los treinta días siguientes a la evacuación de la última diligencia ordenada en el expediente.

Para la determinación de las sanciones establecidas, se considerarán, entre otras, las siguientes circunstancias:

- a) El beneficio económico obtenido con motivo de la infracción.
- b) La intencionalidad en la comisión de la infracción y el grado de participación.
- c) La conducta anterior del infractor.

En contra de la resolución que aplique una sanción, podrá deducirse por escrito, dentro de los cinco días hábiles siguientes a su notificación, recurso de reposición y, en subsidio, recurso jerárquico. Dentro de los treinta días hábiles siguientes, el Subsecretario de Transportes se pronunciará sobre la reposición. Rechazada total o parcialmente la reposición, el Ministro de Transportes y Telecomunicaciones conocerá del recurso jerárquico interpuesto subsidiariamente.

El afectado por la resolución que resuelve la reposición o el recurso jerárquico podrá reclamar de su legalidad ante la Corte de Apelaciones de Santiago. La apelación deberá ser fundada e interponerse dentro de los diez días siguientes a la notificación de la resolución. Para su agregación a la tabla, vista y fallo, se regirá por las reglas aplicables al recurso de protección. El Ministro deberá elevar los autos a la Corte dentro de quinto día de interpuesto el recurso. La resolución de la Corte de Apelaciones no será susceptible de recurso alguno.

Vencido el plazo para impugnar o resueltos los recursos interpuestos, las resoluciones que establezcan infracciones y determinen multas tendrán mérito ejecutivo y se harán efectivas de acuerdo con los artículos 434 y siguientes del Código de Procedimiento Civil.

Las notificaciones que se efectúen por parte de la autoridad a los interesados, en los procesos sancionatorios referidos en este artículo, se realizarán a la dirección de correo electrónico, que registren los representantes de las plataformas tecnológicas, las que para todos los efectos legales, se entenderán practicadas al día hábil siguiente de su despacho.

Las infracciones previstas en esta ley prescribirán a los tres años de cometidas, plazo que se interrumpirá con la notificación de la formulación de cargos por los hechos constitutivos de éstas. Del mismo modo, las multas prescribirán en el plazo de tres años desde la fecha de la respectiva resolución sancionatoria que quede firme.

En lo no previsto por este artículo, se aplicarán supletoriamente las normas establecidas en la ley N° 19.880, que Establece bases de los procedimientos administrativos que rigen los actos de los órganos de la Administración del Estado.

Artículo 17.- Los actos y contratos que celebren los pasajeros mediante las plataformas tecnológicas, se registrarán por lo dispuesto en la ley N° 19.496, que Establece normas sobre protección de los derechos de los consumidores.

TÍTULO IV

DEL FONDO PARA LA INNOVACIÓN DEL TRANSPORTE REMUNERADO DE PASAJEROS

Artículo 18.- Créase el Fondo para la innovación del transporte remunerado de pasajeros (en adelante “el Fondo”), a cargo de la Subsecretaría de Transportes, cuyo objeto será apoyar la ejecución de acciones para el mejoramiento del transporte remunerado de pasajeros regulado por esta ley y que estará constituido por los recursos provenientes del pago del valor a que se refiere el artículo 6 y determinado conforme a lo dispuesto en el artículo 7, ambos del título II de la presente ley.

Con cargo al Fondo se podrán realizar programas que permitan:

1. Renovar vehículos que presten servicios de transporte de taxis por otros que incorporen tecnologías más eficientes y mejoras en seguridad.
2. Incorporar tecnologías en los taxis que permitan un uso más eficiente del espacio vial y mejorar las condiciones de accesibilidad y movilidad.
3. Retribuir la adquisición de inscripciones de taxis en el Registro Nacional de Servicios de Transporte de Pasajeros, cuando corresponda.

Sin perjuicio de lo dispuesto en el inciso anterior, con cargo a los recursos del Fondo podrán financiarse los gastos propios de administración de éste a fin de garantizar su adecuado funcionamiento.

Mediante uno o más decretos supremos del Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones, suscritos además por el Ministro o Ministra de Hacienda, se regulará la operación, condiciones, destino y distribución de los recursos del Fondo.

Dichos decretos deberán establecer los criterios y mecanismos de distribución de los recursos entre los diversos proyectos que podrán involucrar más de una región; la forma a través de la cual se priorizarán y definirán los proyectos que serán financiados con los recursos del Fondo; la fórmula de cálculo para la distribución, los valores máximos de retribución por la adquisición de inscripciones y los casos en que sea procedente efectuar esta operación, y demás normas necesarias para su funcionamiento. La retribución se efectuará mediante concurso público que convoque el Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones, en caso de estimarse procedente.

Los propietarios de taxis que reciban, de acuerdo al numeral 3, una retribución por la adquisición de inscripciones, quedarán impedidos de vender, transmitir o ceder los derechos de inscripción en el Registro Nacional de Servicios de Transporte de Pasajeros.

TÍTULO V

OTRAS DISPOSICIONES

Artículo 19.- Introdúcense la siguientes modificaciones a la ley N° 18.290, de Tránsito, cuyo texto refundido, coordinado y sistematizado fue fijado por el decreto con fuerza de ley N° 1, de 2007, de los Ministerios de Transportes y Telecomunicaciones y de Justicia:

1) Reemplázase, en el número 40) de su artículo 2, la palabra “Automóvil” por “Automóvil o station wagon con capacidad para transportar hasta 6 pasajeros, excluido el conductor,”.

2) Modifícase su artículo 12 del siguiente modo:

a) Intercálase entre la palabra “taxis” y el punto y aparte que se encuentra en la definición “Clase A-1” del acápite LICENCIA PROFESIONAL, la siguiente frase: “o vehículos a que se refiere el artículo 4 de la ley que moderniza la legislación sobre transporte remunerado de pasajeros”.

b) Intercalase entre la palabra “taxis” y la coma, contenidas en la definiciones “Clase A-2” y “Clase A-3”, ambas del acápite LICENCIA PROFESIONAL, la siguiente frase: “o vehículos a que se refiere el artículo 4 de la ley que moderniza la legislación sobre transporte remunerado de pasajeros”.

3) Modifícase el artículo 75 del siguiente modo:

a) Intercálase en su inciso segundo, entre las expresiones “cualquiera sea su modalidad,” y “la responsabilidad”, la siguiente expresión: “o vehículos a que se refiere el artículo 4 de la ley que moderniza la legislación sobre transporte remunerado de pasajeros,”.

b) Intercálase en su inciso cuarto, entre la palabra “modalidades” y el punto y aparte, la siguiente expresión “, o en vehículos a que se refiere el artículo 4 de la ley que moderniza la legislación sobre transporte remunerado de pasajeros”.

4) Intercálase en el inciso segundo del artículo 194, entre las expresiones “remunerado de escolares” y “o de carga”, la siguiente expresión: “, o vehículos a que se refiere el artículo 4 de la ley que moderniza la legislación sobre transporte remunerado de pasajeros”.

Artículo 20.- Agregáanse las siguientes letras g), h) e i), nuevas, al inciso primero del artículo 14 de la ley N° 20.378:

“g) Determinar el valor que deberán pagar las plataformas tecnológicas que intermedien el encuentro entre oferta y demanda de servicios de transporte remunerado de pasajeros, con vehículos a que se refiere el artículo 4 de la ley que moderniza la legislación sobre transporte remunerado de pasajeros, conforme los factores que defina el Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones.

h) Determinar la cantidad de kilómetros que estarán disponibles para ser adquiridos por las plataformas tecnológicas a que se refiere el literal anterior, en caso de congestión o contaminación ambiental.

i) Determinar, condicionar o eximir, en su caso, del pago que deberán efectuar las plataformas tecnológicas a que se refiere el literal g) en determinados períodos de tiempo, horarios y zonas de aplicación, considerando especialmente los siguientes factores: niveles de congestión, capacidad de la infraestructura existente y niveles de oferta y demanda por estos servicios.”.

Artículo 21.- Intercálase en el párrafo final del N° 1 del artículo 42 de la Ley sobre Impuesto a la Renta, contenida en el artículo 1 del decreto ley N° 824, de 1974, entre la palabra “taxis” y la coma que le sigue, la siguiente expresión: “y los choferes de los vehículos a que se refiere el artículo 4 de la ley que moderniza la legislación sobre transporte remunerado de pasajeros”.

DISPOSICIONES TRANSITORIAS

Artículo primero transitorio.- La presente ley comenzará a regir el primer día del séptimo mes posterior al de su publicación en el Diario Oficial.

Artículo segundo transitorio.- Las plataformas tecnológicas que intermedien el encuentro entre oferta y demanda de transporte de pasajeros que operen con taxis inscritos en el Registro Nacional de Servicios de Transporte de Pasajeros o con los vehículos a que se refiere el artículo 4 que se encuentren en operación a la fecha de entrada en vigencia de la presente ley, tendrán un plazo de seis meses contado desde la publicación del reglamento a que se refiere el artículo 3 para inscribirse en el Registro.

Artículo tercero transitorio.- Las plataformas tecnológicas que intermedien el encuentro entre oferta y demanda de transporte de turistas en vehículos station wagon o con tracción a las 4 ruedas, a que se refiere el inciso segundo del artículo 16 del decreto supremo N° 80, de 2004, del Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones, se entenderán, para todos los efectos legales, que corresponden a plataformas tecnológicas que deben operar con los vehículos a que se refiere el artículo 4 de la presente ley y que quedarán sujetas a sus disposiciones.”.