

La conexidad contractual en el uso de las plataformas digitales de servicios de mensajería

Por María Elena Olmedo

I. Introducción [\[arriba\]](#)

La economía de colaboración o economía colaborativa se refiere a modelos de negocio en los que se facilitan actividades mediante plataformas colaborativas que crean un mercado abierto para la compraventa o el uso temporal de mercancías o servicios, ofrecidos a menudo por particulares.[1] Esta economía colaborativa ha crecido rápidamente en los últimos años, tanto en el número de usuarios, como al volumen de las operaciones e ingresos que genera.[2]

Este modelo de negocio y las particularidades de cada plataforma digital que se ofrecen en el mercado es motivo de estudio por las ciencias económicas y jurídicas. Si bien en el mundo del Derecho Laboral se encuentra en discusión cuál es la calificación jurídica del contrato laboral y si hay o no precarización laboral de las personas que prestan su fuerza de trabajo para estas empresas tech, poco se ha analizado desde la órbita del Derecho de los Contratos. ¿Podría ser éste un nuevo fenómeno de conexidad contractual?

II. Análisis de la estructura contractual [\[arriba\]](#)

La contratación por medio de las plataformas digitales dedicadas a ofrecer servicios de intermediación a pedido (en adelante, “las plataformas digitales” o “las plataformas”) es un contrato atípico e innominado, por lo que realmente nos encontramos ante una figura jurídica que ni la doctrina ni la jurisprudencia y mucho menos la ley ha podido calificar. Se caracteriza por el despliegue de un comportamiento prestacional colaborativo entre quien ejecuta el servicio, el cliente y la plataforma electrónica que actúa como intermediario que mediante su intromisión permite una conexión más eficiente y rápida entre oferta y demanda. Es a través de la plataforma digital que los usuarios realizan un pedido y cualquier participante en la red se encuentra habilitado para conectar y ejecutar la prestación del servicio solicitado.[3]

En cuanto a las partes que integran este contrato, primeramente, se puede hacer referencia al cliente o usuario del servicio, que se dirige o ingresa a la plataforma con la finalidad de obtener el servicio. El cliente es quien se registra en la plataforma digital a fin de obtener el servicio de mensajería (Glovo, Pedidos Ya, Rappi) o de transporte (Uber, Cabify, Carpooling)[4].

En segundo lugar, se encuentra el sujeto que se ofrece a prestar el servicio, denominado provider o crowdworker.[5] En el caso de las plataformas digitales que ofrecen servicio de transporte, se trata del conductor del vehículo. En el caso de las plataformas digitales que proveen servicios de mensajería, se trata del mensajero, encargado de llevar o traer un paquete de un punto a otro o retirar una compra realizada a través de la plataforma por el domicilio del vendedor.

En tercer lugar, se encuentra la plataforma electrónica que pone en contacto al usuario con el provider. Resulta pertinente aclarar que la plataforma electrónica es controlada y desarrollada por una persona jurídica que realiza una actividad económica organizada (en otras palabras, una empresa[6]) al proveer un software

para la contratación de un servicio, cuyo uso genera el cobro de una comisión a su favor.

Por último, se encuentra la figura del “vendedor”, cuyos productos son vendidos a través de la plataforma digital y son transportados por el provider hasta la ubicación del usuario. La figura del vendedor no necesariamente se encuentra dentro de la contratación mediante plataformas digitales. En otras palabras, se puede prescindir de la figura del vendedor, siendo éste el caso de las plataformas que ofrecen servicios de transporte de pasajeros y en los servicios de mensajería que únicamente implican el transporte de una cosa (o “paquete” en la jerga de la vida cotidiana). En estos casos no hay una cosa que el usuario adquiere a través de la plataforma, sino que se trata de un contrato de transporte en los términos del art. 1280 del Código Civil y Comercial de la Nación (CCCN).

Únicamente ante la aparición de la figura del vendedor se puede hablar de conexidad contractual en la contratación mediante plataformas digitales. En las plataformas que ofrecen servicios de transportes -en cualquiera de sus modalidades-, el usuario ingresa al sistema con el fin último de transportar a cierta persona u objeto. En cambio, en las plataformas digitales que ofrecen servicios de mensajería con compraventa de un producto, el fin último del usuario es obtener la cosa y que la misma le sea transportada hasta cierta ubicación.

III. Conexidad contractual y las plataformas digitales [\[arriba\]](#)

El art. 1073 del CCCN define a la conexidad como aquella situación jurídica en la que hay dos o más contratos autónomos que se hallan vinculados entre sí por una finalidad económica común previamente establecida, de modo que uno de ellos ha sido determinante del otro para el logro del resultado perseguido. Según Sánchez Herrero[7], las notas características de los contratos conexos son dos:

a) son contratos autónomos: los contratos son independientes entre sí. Si bien cada contrato es autónomo, cada uno de ellos existe o se ha celebrado teniendo en miras el logro de un resultado común o negocio único. Si bien no se exige simultaneidad temporal ni instrumentación única de estos contratos autónomos, por lo general la instrumentación es sucesiva o casi simultánea.[8]

b) tienen entre sí una finalidad económica común previamente establecida, de modo que uno de ellos ha sido determinando del otro para el logro del resultado perseguido: cada uno de los contratos debe tener su propia causa fin y, en adición, la operación global de la que estos contratos autónomos forman parte tiene una finalidad económica propia. Hay una causa fin del sistema o grupo de contratos relacionados que excede la causa fin individual de cada contrato.[9] La finalidad supracontractual es distinta de la causa fuente y causa fin de cada contrato conectado.[10]

Para entender el fenómeno de la conexidad contractual, se podría acudir a la idea de una maquinaria, en la que cada contrato individual hará las veces de los distintas piezas o engranajes los cuales, si bien tienen una función primaria diferente entre ellos, siempre estarán encaminadas a que la máquina funcione adecuadamente y se fabrique el producto planeado, que en el caso de la conexidad es alcanzar la finalidad común preestablecida.[11] En efecto, las plataformas digitales con servicios de mensajería y compraventa así funcionan.

Por un lado, se ofrece el servicio de compraventa de un producto (comida, bebida, productos de mercados, de farmacia, etc.) en donde la plataforma digital funciona como una simple intermediadora entre comprador (usuario) y vendedor. Por el otro, se ofrece el servicio de transporte de la cosa objeto de la compraventa, en donde la plataforma digital adquiere un rol más activo en el desarrollo de la prestación a su cargo puesto que es la encargada de designar o “contratar” (ya sea como trabajador en relación de dependencia o como prestador de servicios independiente) al provider. En sí, estamos ante la presencia de dos contratos autónomos e independientes, una compraventa y un transporte de cosas, pero que funcionan conjuntamente para brindar un servicio integral al usuario.

La finalidad económica común de estos contratos es la generación de este modelo de negocio dentro de una economía colaborativa, que ha aumentado la oferta y demanda de productos y el intercambio de los bienes y servicios ofrecidos en la plataforma digital. Estos contratos autónomos se asocian e interconectan a fin de aumentar las ventas y consecuentemente de los ingresos de cada una de las partes. El restaurante o supermercado podría fácilmente limitarse a la venta de sus productos por la vía tradicional, mediante la concurrencia del consumidor o usuario a sus instalaciones para presencialmente adquirir los bienes, así como el provider podría limitarse a hacer mandados y encargos a medida que cada cliente y/o su superior se lo exijan. Pero ambos eligen asociarse mediante la plataforma digital para ampliar sus horizontes negociales y aumentar su productividad.

El art. 1073 del CCCN agrega que la finalidad económica común puede ser establecida por la ley, expresamente pactada o derivada de la interpretación. Respecto de esta última opción, el art. 1074 establece que: “los contratos conexos deben ser interpretados los unos por medio de los otros, atribuyéndoles el sentido apropiado que surge del grupo de contratos, su función económica y el resultado perseguido”. Esto exige analizar el acto en su conjunto, haciendo una apreciación dentro de un marco global y no meramente individual.[12]

Los contratos conexos deben ser interpretados de modo sistémico: se debe partir de la premisa de que éstos constituyen un todo coherente y orgánico, en que cada una de las partes se interrelaciona y orienta hacia la finalidad económica común. En los contratos conexos, hay un doble nivel de interpretación contextual: uno de ellos determinado por la coherencia intrínseca del art. 1064 del CCCN[13] que se refiere a los contratos de forma aislada y el otro determinado por la coherencia extrínseca del conjunto de contratos, que se encuentra en el art. 1074 del CCCN.[14]

En el caso de las plataformas digitales con servicio de mensajería y compraventa, no resulta muy difícil distinguir el sentido de los contratos, la función económica y el resultado perseguido por los contratos autónomos involucrados. Todos ellos tienden al desarrollo de un modelo de negocio que en los últimos años ha crecido en popularidad entre los usuarios y ha incrementado los ingresos de las empresas titulares de estas plataformas, al tiempo que ha expandido la llegada al público de cientos de PyMEs.[15] Pareciera ser que el negocio global y orgánico es más evidente que en otros casos de conexidad contractual, como puede ser el contrato de compraventa de un vehículo y el contrato de mutuo con una empresa financiera del grupo económico de la automotriz. En este otro caso, habrá que probar con mayor ímpetu la conexidad contractual entre la automotriz y la financiera, mientras que en la contratación mediante plataformas digitales sería complicado

negar la vinculación entre contratos cuando todos ellos quedan perfeccionados con un simple click a través de la app.

Finalmente, el art. 1075 del CCCN prevé los efectos de la conexidad contractual. Fundamentalmente, el contratante podrá oponer las excepciones de incumplimiento total, parcial o defectuoso, aún frente a la inejecución de obligaciones ajenas a su contrato, luego de probada de la conexidad. Esta misma regla se aplicará cuando la extinción de uno de los contratos produce la frustración de la finalidad económica común.

En otras palabras, el principal efecto jurídico es el de sobrepasar las fronteras de cada relación singular, permitiendo sortear el estrecho marco del contrato individual con el objeto de verificar el resultado perseguido en la operación global.[16] Esto constituye una excepción al efecto relativo de los contratos, del cual surge que el contrato sólo será eficaz entre los sujetos negociables y excepcionalmente a terceros no contratantes (art. 1021 del CCCN), por cuanto se expande a todos los sujetos vinculados en el sistema, aún cuando no fueran partes contratantes en alguno de los contratos autónomos.[17]

La doctrina se encuentra en debate respecto del alcance de los efectos consagrados por este art. 1075. Algunos consideran que el contratante únicamente se encuentra habilitado a oponer la excepción de incumplimiento y no la acción directa, puesto que esta última tiene carácter excepcional, es de interpretación restrictiva y sólo procede en los casos expresamente previstos en la ley (por aplicación del art. 736 del CCCN), no siendo aplicable al caso de conexidad porque el art. 1075 no lo prevé.[18] Por su lado, otros, aunque admiten que el art. 1075 no reconoce que el incumplimiento puede esgrimirse también por vía de acción además de la excepción, consideran que así debe interpretárselo en virtud de que el art. 1031 consagra ambas alternativas para los contratos bilaterales, sin que se perciba la racionalidad de un tratamiento distinto.[19]

IV. Corolario [\[arriba\]](#)

En conclusión, la contratación por medio de las plataformas digitales que ofrecen servicios de mensajería pueden ser consideradas verdaderamente contratos conexos, cuando la figura del “vendedor” aparece en escena porque es sólo ante la presencia de éste que el segundo contrato autónomo se configura. Por ende, frente a estos casos, a la contratación por plataformas digitales le serán aplicables la normativa prevista en el CCCN, en cuanto a la definición que les cabe, al modo de interpretarlos y los efectos que produce este tipo de contratos.

Resta la duda del alcance de los efectos contemplados en el art. 1075 respecto de la posibilidad de accionar en virtud de la conexidad contractual. Afortunadamente, la contratación por medio de las plataformas digitales suele caer a su vez dentro de la calificación de contrato de consumo. En el ámbito de las relaciones de consumo, en virtud de los principios protectorios consumeriles previstos en la Ley N° 24.240 y en el art. 42 de la Constitución Nacional, las soluciones en caso de duda favorecen al consumidor, lo que podría admitir la interposición de acciones directas e imputación de responsabilidad a aquel que no se ha incorporado al contrato de consumo pero sí a la relación, en su caso, a través del instituto de la conexidad contractual[20], además de las acciones previstas especialmente por la ley especial, como puede ser el art. 40 de la Ley N° 24.240.

Notas [\[arriba\]](#)

- [1] Alaminos, Antonio - Penalva-Verdú, Clemente, “Economía colaborativa: definiciones y escenarios”, Universidad de Salamanca, Sociólogos. Revista de Investigación Social Vol 3 n° 1, 2018, pág. 20.
- [2] Silvestre, Norma O. - Wierzba, Sandra M., “Economía colaborativa. Concepto, regulación y responsabilidad civil”, Revista La Ley 05/10/2020.
- [3] Martini, Luciano José, “El problema de calificación legal en las aplicaciones informáticas que ofrecen servicios a domicilio: ¿contrato de servicio o contrato de trabajo?”, Revista Derecho del Trabajo 2020 (julio), pág. 138.
- [4] Silvestre, Norma O. - Wierzba, Sandra M., “Economía colaborativa... “.
- [5] Martini, Luciano José, “El problema de calificación legal ...”, pág. 139.
- [6] Favier Dubois (h.), Eduardo M., “Principios del nuevo Derecho Comercial y reformas al Régimen Asociativo”, Revista del Notariado 920, pág. 79.
- [7] Sánchez Herrero, Andrés (Dir.), Tratado de derecho civil y comercial - 2da. Edición, Tomo IV, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, La Ley, 2018, disponible en Proview Capítulo 17.
- [8] Chomer, Héctor O. - Sícoli, Jorge Silvio, “Comentarios a los artículos 1073 a 7075” en Caramelo, Gustavo - Picasso, Sebastián - Herrera, Marisa (Dir.), Código civil y comercial de la Nación comentado, 1 ed., Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Infojus, 2015, pág. 462.
- [9] Sánchez Herrero, Andrés (Dir.), disponible en Proview Capítulo 17.
- [10] Chomer, Héctor O. - Sícoli, Jorge Silvio, pág. 463.
- [11] Chomer, Héctor O., “Los contratos conexos en el nuevo Código Civil y Comercial de la Nación”, Revista de Derecho Comercial y las Obligaciones nro. 272, 30/06/2015, pág. 699.
- [12] Chomer, Héctor O., pág. 702.
- [13] Art. 1064 del CCCN: “Interpretación contextual. Las cláusulas del contrato se interpretan las unas por medio de las otras, y atribuyéndoles el sentido apropiado al conjunto del acto”.
- [14] Verly, Hernán, “La interpretación del contrato en el Código Civil y Comercial”, La Ley Cita Online AR/DOC/2866/2020.
- [15] Para mayor información consultar: “Con la salida de Glovo, el mercado de las apps de Delivery se concentra entre PedidosYa y Rappi: se reparten U\$S635 millones”, iProfesional, 17/09/2020, <https://www.iprofesional.com/tecnologia/323677-pedidosya-y-rappi-se-concentra-en-un-mercado-de-us635-millones> (disponible en Internet el 13/12/2020).
- [16] Zentner, Diego Hernán, “Efectos subjetivos de los contratos”, elDial.com - DC2C79.
- [17] Alterini, Jorge Horacio, Código Civil y Comercial comentado. Tratado exegético - Tomo V - 2ª ed.- Ciudad Autónoma de Buenos Aires, La Ley, 2016. Disponible en Proview, Título II, Capítulo 12.
- [18] Arnella, Cristina N., “Contratos conexos”, Cita Online AR/DOC/404/2015.
- [19] Opinión de Alterini, J. H. y Alterini, I. E. en Alterini, Jorge Horacio, Código Civil y Comercial comentado. Tratado exegético - Tomo V - 2ª ed.- Ciudad Autónoma de Buenos Aires, La Ley, 2016. Disponible en Proview, Título II, Capítulo 12.
- [20] Quaglia, Marcelo C., “La publicidad. Su relevancia en supuestos de conexidad contractual.”, La Ley 23/04/2019, pág. 1. Cita Online AR/DOC/919/2019.