

# LA ERA DE LOS CONSUMIDORES POR APLICACIÓN: RETOS Y DESAFÍOS

Ralph Sánchez Yaringaño<sup>1</sup>

## SUMARIO

- I. Introducción.
- II. "Consumo Colaborativo".
- III. Relaciones de consumo en los mercados redistributivos.
- IV. Los alcances de la responsabilidad de las aplicaciones para el INDECOPI.
- V. La evolución del consumo colaborativo ¿dejó de ser colaborativo?
- VI. Consumo Colaborativo: ¿Posible Competencia Desleal?
- VII. Colaborativo o No Colaborativo: exigencias ineludibles.
- VIII. Conclusiones.
- IX. Opinión Personal.

## I. INTRODUCCIÓN.

A raíz de un incidente vehicular, nos vimos imposibilitados de conducir nuestro vehículo por un par de semanas, lo cual nos obligó a utilizar de manera permanente el servicio de taxis.

---

<sup>1</sup> Abogado por la Facultad de Derecho de la Pontificia Universidad Católica del Perú. Con estudios de especialización en Protección al Consumidor, Publicidad y Competencia Desleal. Miembro del Área Corporativa de TYTL Abogados.

Este repentino acontecimiento, nos permitió descubrir la variedad de la oferta de los servicios por aplicaciones móviles, así como confirmar que las relaciones de consumo tradicionales se habían trastocado para mejor, puesto que tuvimos la oportunidad de tener como conductores del servicio a estudiantes, empresarios, amas de casa, quienes en sus ratos libres decidieron ganar un dinero extra, haciendo un servicio de transporte mientras iban a la universidad, o hacían tiempo mientras esperaban una reunión de trabajo, o mejor aun cuando sabían que cruzarían toda la ciudad, gastar S/. 30,00 (treinta soles en gasolina) no es una opción.

En efecto, sin darnos cuenta, hemos entrado a un mundo donde todos somos consumidores y proveedores, en el cual Internet ha ayudado mucho a dinamizar las transacciones.

Sin embargo, este dinamismo lleva a repensar si, efectivamente, los conceptos tradicionales de “consumidor”, “proveedor” y “relación de consumo” son aplicables en este nuevo contexto de “consumo colaborativo”.

Sumado a ello, debemos preguntarnos lo siguiente ¿qué grado de responsabilidad tienen las empresas que proveen el servicio de aplicaciones móviles frente a sus consumidores? ¿Responden por la idoneidad del servicio ofrecido? ¿Qué mecanismos tutelan a los consumidores de los aplicativos? ¿Pueden aplicarse las reglas tradicionales de protección individualista al consumidor a los proveedores de aplicaciones virtuales?.

## **II. “CONSUMO COLABORATIVO”.**

El presente artículo intenta dar una respuesta a las interrogantes planteadas, a la luz del Código de Protección y Defensa del Consumidor (en adelante, el Código), así como de los escasos precedentes emitidos por los Órganos Resolutivos de Procedimientos Sumarísimos (en adelante, las ORPS), la Comisión de Protección al Consumidor del INDECOPI (en adelante, la Comisión) y la Sala Especializada en Protección al Consumidor (en adelante, la Sala), pero sobre todo una aproximación desde el sentido común, en la medida que a la fecha no existe mayor regulación sobre la materia.

Sin embargo, debemos tener en cuenta que el legislador del Código toma en cuenta una visión tradicional de la "Relación de Consumo", donde busca ante todo adoptar una visión garantista, donde inclusive tutela una etapa preliminar a ésta, sea que el consumidor se encuentre directa o indirectamente expuesto.

Las aplicaciones de los teléfonos celulares muchas veces rompen el esquema tradicional, y buscan ser agencias de servicios de intermediación, y no necesariamente prestadoras del servicio, puesto que ponen a disposición una plataforma, para que conductores se contacten con consumidores, en virtud de un sistema de "Consumo Colaborativo".

Para ello, empezaremos por definir al "Consumo Colaborativo", concepto importante para entender las nuevas dinámicas del mercado. Eduard Cristobal Fransi<sup>2</sup>, nos define el consumo colaborativo de la siguiente manera:

*"El consumo colaborativo o "sharing economy" se enmarca dentro de un cambio tanto social, como cultural y económico de los hábitos de consumo. Esta transformación viene caracterizada por el paso de una sociedad consumista e individualizada hacia nuevos modelos de sociedad más solidaria y colaboracionista. Esta transformación está liderada por el consumidor.*

*En el actual escenario de crisis, no solo económica sino de valores, los ciudadanos buscan una manera más racional y solidaria de realizar sus compras y consumir los productos y servicios que tiene a su disposición. Las nuevas tecnologías en general y las redes sociales en particular permiten difundir estas iniciativas, generar adeptos y por tanto posibilitar que se lleven a cabo".*

Por su parte, el Profesor Gustavo Rodríguez García nos indica que "la relación de consumo tradicional –consumidor entra a un

---

<sup>2</sup> FRANSI, Eduard. "Ejemplos de Consumo Colaborativo"

En: <http://www.blogyuzz.org/2016/09/ejemplos-de-consumocolaborativo/>

Experto Yuzz. 24 de diciembre de 2016.

*establecimiento y le compra al proveedor correspondiente- se ha visto alterada por un sinnúmero de posibilidades de consumo colaborativo”.*

Ahora bien, dentro del “consumo colaborativo” encontramos tres clasificaciones elaboradas por Botsman y Rogers en su libro “What’s mine is yours. The rise of collaborative consumption”, las cuales consisten en: (i) sistemas de servicio de productos; (ii) mercados redistributivos; y (iii) estilos de vida colaborativos.

Para el presente artículo, nos interesa detenernos en los mercados redistributivos, que son justamente la clasificación que engloba a las plataformas virtuales que actúan como intermediarios para la conexión entre el conductor de un vehículo de taxi con los consumidores, lo cual ha traído consigo una oferta interesante para una demanda que requería un mecanismo rápido, seguro y efectivo para el transporte individual.

### **III. RELACIONES DE CONSUMO EN LOS MERCADOS REDISTRIBUTIVOS.**

La oferta del servicio de taxis se ha visto incrementada, en gran medida por el auge de nuevos dispositivos tecnológicos, como por ejemplo las aplicaciones de celulares “Smartphone” o “celulares inteligentes” (APPS).

La revolución de los celulares ha traído consigo – que duda quepa- que existen nuevas formas de contratar, y de establecer relaciones de consumo. Conforme al Código la “Relación de Consumo” es una relación – valga la redundancia- por la cual un consumidor adquiere un producto o contrata un servicio con un proveedor a cambio de una contraprestación económica<sup>3</sup>.

---

<sup>3</sup> **Código de Protección y Defensa del Consumidor. Ley N° 29571.**

**Artículo IV.- Definiciones**

Para los efectos del presente Código, se entiende por:

(...)

**5. Relación de consumo.-** Es la relación por la cual un consumidor adquiere un producto o contrata un servicio con un proveedor a cambio de una contraprestación económica. Esto sin perjuicio de los supuestos contemplados en el artículo III.

Evidentemente, los servicios de taxi por aplicación buscan concretar una relación de consumo entre un conductor de un vehículo y el consumidor de la aplicación, para que le brinde el servicio de taxi.

La pregunta que cae por su propio peso, es si la aplicación forma parte de la relación de consumo.

Al respecto, las empresas que prestan el servicio de aplicación de taxi, han sostenido que su servicio consiste en conectar a los usuarios pasajeros que habrían descargado la aplicación con un usuario conductor, utilizando para ello el sistema GPS y la conexión a Internet, con que debería contar el equipo telefónico.

En la mayoría de casos, las empresas prestadoras de las aplicaciones sostienen que no se encuentran inmersas en una relación de consumo, toda vez que los consumidores descargan la aplicación en su equipo telefónico de manera gratuita, limitándose a dar un soporte de geolocalización de un taxi que se presta a través del aplicativo, el cual tampoco tendría costo alguno para el usuario.

### **3.1. ¿Qué dicen las instancias del INDECOPI?**

Sin embargo, el Órgano Resolutivo de Procedimientos Sumarísimos N° 3 sí ha determinado que existe "Relación de Consumo", indicando lo siguiente:

*"Entonces, si los consumidores que descargan la aplicación del denunciado cuentan con la información que los conductores han sido sometidos a rigurosos procesos de registro, lo cual genera la prestación de un servicio confiable, ello revela que de suscitarse algún inconveniente será su empleador, para los efectos, Easy Taxi, quien responderá por ellos.*

*Ahora bien, habiendo determinado que existe un relación de comercio entre Easy Taxi y el conductor del taxi, y teniendo en cuenta que el Código protege al consumidor que se encuentra directamente o indirectamente expuesto a una relación de consumo, se concluye que el denunciado y la señora Novoa tienen una relación de consumo, en vista que ésta última se*

*encuentra expuesta en la relación comercial que sostienen el denunciado y el taxista que le brindó el servicio de taxi”<sup>4</sup>.*

Así también lo ha entendido la Comisión de Protección al Consumidor, mediante la Resolución Final N° 1050-2016/CC2, la que ha indicado lo siguiente:

*“Aun cuando en los términos y condiciones que la denunciada publicita en su página web, se estipula que ésta no resulta responsable por el servicio de transporte, la información contenida en su página web y la forma como la empresa denunciada presenta o publicita sus servicios dentro del mercado, permite a los consumidores tener la percepción de que la empresa denunciada garantiza la seguridad de la prestación del servicio del taxi contratado a través de su aplicativo, situación que incluso representa una característica que distingue el servicio prestado a través del uso del aplicativo de la denunciada del servicio público de taxi prestado sin el uso del aplicativo”.<sup>5</sup>*

En buena cuenta, la autoridad de consumo sí considera que los servicios de aplicaciones de taxi establecen relaciones de consumo, y por lo tanto son pasibles de sanciones administrativas por el incumplimiento a las disposiciones del Código, como el deber de información y la idoneidad en el servicio<sup>6</sup>.

---

<sup>4</sup> Ver Resolución N° 0196-2015/PS3 de fecha 06 de marzo de 2015.

<sup>5</sup> Ver Resolución N° 1050-2016/CC2 de fecha 23 de junio de 2016.

<sup>6</sup> **Código de Protección y Defensa del Consumidor. Ley N° 29571.**

**Artículo 18.- Idoneidad**

Se entiende por idoneidad la correspondencia entre lo que un consumidor espera y lo que efectivamente recibe, en función a lo que se le hubiera ofrecido, la publicidad e información transmitida, las condiciones y circunstancias de la transacción, las características y naturaleza del producto o servicio, el precio, entre otros factores, atendiendo a las circunstancias del caso.

(...)

### **3.2. ¿Qué dicen las empresas de aplicativos para taxis?**

Ahora bien, la discusión radica en que los proveedores de aplicativos consideran que ellos no son responsables por la idoneidad del servicio de transporte, sino que solo ponen a disposición la aplicación que consiste en conectar y/o geo localizar a los usuarios pasajeros que han descargado la aplicación en su Smartphone con un usuario conductor que se encuentra geográficamente ubicado cerca a la ubicación satelital del Smartphone del Usuario pasajero, utilizando para ello el sistema de GPS y la conexión a Internet con que cuenta el celular.

Para los proveedores de estos servicios, la potestad final de abordar el vehículo o de contar con los servicios de transporte del Usuario Conductor es una potestad exclusiva del Usuario Pasajero, quien puede elegir libremente abordar el vehículo o solicitar otro Usuario Conductor a través de un nuevo servicio de geolocalización o no tomar ningún servicio.

Asimismo, los proveedores sostienen que la aplicación que el usuario descarga en su equipo telefónico sería totalmente gratuita y el servicio de geolocalización de un taxi que se presta a través del aplicativo tampoco tendría costo alguno para el usuario, limitándose a actuar de intermediadores, no siendo responsables por el servicio de transporte.

Al respecto, si bien las aplicaciones suelen informar de manera previa las condiciones de la aplicación, limitando su responsabilidad, lo cierto es que el INDECOPI ha tenido algunos pronunciamientos que extienden la limitada responsabilidad que quisieran tener las empresas de este rubro.

## **IV. LOS ALCANCES DE LA RESPONSABILIDAD DE LAS APLICACIONES PARA EL INDECOPI.**

La Sala Especializada en Protección al Consumidor se pronunció mediante la Resolución N° 1202-2016/SPC-INDECOPI, resolviendo un conflicto negativo de competencia entre dos órganos resolutivos de una misma circunscripción territorial, esto es entre el Órgano Resolutivo de Procedimientos Sumarísimos de Protección al

Consumidor N° 1 (en adelante, la ORPS N° 1) y el Órgano Resolutivo de Procedimientos Sumarísimos de Protección al Consumidor N° 3 (en adelante, la ORPS N° 3).

El conflicto surgió, toda vez que el ORPS1 consideraba que era el ORPS N° 3, el órgano competente para evaluar la denuncia de una consumidora que denunciaba al aplicativo “Easy Taxi” por no devolverle un objeto personal que habría dejado en el automóvil que le prestó el servicio de transporte, en tanto que los hechos de denuncia no versaban sobre temas relacionados a la competencia de su despacho (telecomunicaciones y/o transporte), ya que el servicio brindado por Easy Taxi se realizaba a través de una plataforma virtual (aplicación) mediante el uso de un teléfono celular.

Por su parte el ORPS 3 remitió lo actuado a la Sala Especializada en Protección al Consumidor (en adelante la Sala), al considerar que el ORPS N° 1 era el órgano competente para evaluar la denuncia, toda vez que si bien los consumidores descargaban una aplicación a fin de contratar el servicio de transporte (taxi), lo cierto es que dicha plataforma contaba con toda la información respecto al conductor y al vehículo que era utilizado para brindar el servicio; por lo que, un consumidor esperaba que dicho proveedor responda por la idoneidad del mismo. En consecuencia, consideró que lo cuestionado en la denuncia era la idoneidad de la ejecución del servicio de taxi contratado, a través de una plataforma virtual, encontrándose por ello dentro del sector transporte y, por tanto, dentro de los alcances de la competencia del ORPS N° 1.

Al respecto, la Sala indicó lo siguiente:

*“Sobre el particular, esta Sala advierte que si bien el servicio de transporte materia de denuncia fue brindado a través de una plataforma virtual (aplicación descargada en un teléfono celular), ello no enerva que el servicio que recibe el consumidor en calidad de destinatario final sea el de transporte terrestre, comercializado por Easy Taxi.*



*En este punto, debe indicarse que si bien la práctica comercial actual, permite la obtención de productos y/o servicios a través de plataformas virtuales (como en el presente caso), ello no debe desnaturalizar la finalidad de la contratación, ya que se evidencia que la señora Ugaz accedió a la plataforma de Easy Taxi para contratar el servicio de taxi, es decir, contrató un servicio de transporte urbano de pasajeros.*

*En consecuencia, este Colegiado considera que el hecho de que la contratación del servicio se realice a través de aplicaciones, call centers, páginas web, entre otros, no implica que al momento de analizar la competencia de los órganos resolutivos, dicho análisis se efectúe diferenciando el acceso del servicio propiamente dicho, más aún si, tal como en el presente caso, la plataforma en cuestión solo se dedica a la prestación del servicio de taxi (transporte urbano de pasajeros)<sup>7</sup>.*

*Así, pese a que el ORPS N° 1 sostuvo que no era competente para conocer la denuncia de la señora Ugaz, toda vez que consideró que los hechos materia de denuncia no versaban sobre temas relacionados a la competencia de su despacho (telecomunicaciones y/o transporte), debido a que el servicio brindado por Easy Taxi se realizaba a través de una plataforma virtual (aplicación) mediante el uso de un teléfono celular, lo cierto es que la denuncia estaba claramente relacionada a cuestionar la idoneidad del servicio de transporte, así como la falta de atención de los reclamos, los mismos que se encontraban directamente relacionados con el servicio brindado, materia que se encontraba bajo su competencia.*

*Así, al haberse verificado que la denuncia de la señora Ugaz versaba sobre temas de servicios de transporte, los hechos denunciados califican dentro de la competencia del ORPS N° 1”.*

---

<sup>7</sup> Resolución N° 1202-2016 de fecha 06 de abril 2016.

En la citada Resolución, la Sala, sin proponérselo, delimita que los proveedores de aplicaciones para taxi, también podrían ser responsables por la idoneidad del servicio de transporte, caso contrario hubiera declarado que el órgano resolutorio competente para conocer la denuncia contra la idoneidad del servicio de aplicación sería el ORPS N° 3.

En efecto, si bien la consumidora denuncia una disconformidad contra el servicio de transporte, debemos tener en cuenta que es ella misma quien encausa su denuncia contra el aplicativo, y no contra el proveedor que efectivamente brindó el servicio de taxi, ante lo cual **la Sala pudo haber precisado lo siguiente:** *“en la medida que la consumidora denunció la falta de idoneidad en el servicio de transporte, será la ORPS N° 1 quien evalúe la responsabilidad de Easy Taxi, en caso corresponda la procedencia de la denuncia contra ésta última, toda vez que esta Sala no se está pronunciando sobre la necesaria responsabilidad de los aplicativos por los servicios que brinden terceros.*

Lamentablemente, la Sala no hace mayor precisión, y todo parece que indicar que sí asume que las empresas de aplicativos, son responsables por la falta de idoneidad en el servicio de transporte que brindan los conductores.

Ahora bien, es importante tener en cuenta que los precedentes seguidos ante INDECOPI no son uniformes, puesto que en una denuncia seguida contra la misma aplicación “Easy Taxi”, la Comisión si distinguió responsabilidad entre la empresa de la aplicación y el conductor del vehículo: al primero por no adoptar medidas de seguridad de su propio aplicativo, para prevenir que los Usuarios Conductores utilicen de una forma incorrecta la información que gozan sus Usuarios Pasajeros, y al segundo por realizar llamadas a la consumidora de manera posterior a la realización del servicio, en tanto que el conductor es quien realizó el servicio, resulta responsable del hecho infractor, imponiéndoles una sanción de 1 UIT y una amonestación, respectivamente, lo cual implica que para la Comisión, el proveedor del servicio de aplicación no termina siendo responsable de la idoneidad del servicio de transporte en sí mismo.

Este claro ejemplo, nos permite visualizar la falta de jurisprudencia sobre el consumo de aplicaciones, y sobre los alcances de la idoneidad del servicio ofrecido.

En mi opinión, el proveedor del servicio de aplicación será responsable solo de la geolocalización y de las fallas que pueda presentar el aplicativo, siempre y cuando informe de manera clara, veraz y oportuna al consumidor sobre las restricciones de su servicio, esto es que la aplicación actúa solo como un intermediario, entre el consumidor y el proveedor del servicio de taxi.

## **V. LA EVOLUCIÓN DEL CONSUMO COLABORATIVO ¿DEJÓ DE SER COLABORATIVO?**

Ahora bien, la creatividad y la tecnología tienen un alto dinamismo, donde cada vez se las ingenian para que sus productos terminen siendo verdaderos desafíos para el Derecho de Consumo, toda vez que ahora las aplicaciones no solo son simples intermediadoras, sino que ahora ofrecen otros servicios.

Por ejemplo, la aplicación Uber ofrece a sus consumidores la posibilidad de registrar su tarjeta de crédito o débito, y facturar los servicios a través de este medio de pago. Este hecho recrea un panorama distinto, toda vez que ahora los Usuarios Conductores deben prestar el servicio directamente a Uber quien finalmente retribuye la contraprestación, es decir, el conductor de Uber solo tiene un vínculo con el proveedor de la aplicación, mas no con el consumidor.

Si bien Uber puede informar de manera previa todas las restricciones de su servicio, éstas no necesariamente serán oponibles de manera efectiva, si en virtud de la primacía de la realidad se observa que la empresa no es una simple intermediadora, sino que también cobra, penaliza y escoge al conductor que terminará efectuando el servicio.

Asimismo, tenemos otro novedoso servicio que amplía el espectro de la idoneidad del servicio de los proveedores de aplicaciones, estos son los viajes de "taxi compartido".

Este novedoso servicio lo ha traído Uber al Perú, y se denomina "Uber Pool", basado en un concepto de "economía colaborativa", donde *"los consumidores tienen la opción de poder compartir el taxi con otros consumidores que la aplicación ubique en geolocalizador, y permita transportarlo en una sola ruta, cuya principal ventaja es que la tarifa de viaje en esta modalidad se reduce hasta en un 30%"*, en palabras de la propia Gerente General de Uber en el Perú, en una entrevista que le hizo el diario Gestión en Octubre de este año<sup>8</sup>.

Al respecto, considero que este producto trae consigo una oferta atractiva para los consumidores, pero su masificación trae también un margen de posibilidades de disconformidades por parte de los consumidores, ya sea por los errores del "waze" en tomar las rutas más cortas, o por malas experiencias que puedan sufrir los consumidores en compañía de otros usuarios, en un mismo viaje.

Estos escenarios aún no han tenido un pronunciamiento por parte de los órganos resolutivos en materia de Protección al Consumidor, lo cual abre el debate sobre los alcances de la idoneidad en el servicio ofrecido.

Lo cierto es que estas innovaciones podrían trastocar el concepto de "Consumo Colaborativo", toda vez que ahora el aplicativo tiene mayor control sobre el servicio, en la medida que establece precios, e impone las reglas para nuevos esquemas del servicio.

Sin embargo, considero que estos esquemas son finalmente opciones que se ponen a disposición como oportunidades para el consumidor; es así como el propio consumidor es quien tiene la opción de no pagar con tarjeta, sino que puede elegir la opción de pagar con efectivo (si elige previamente dicha opción), puede elegir oportunamente una opción más barata de "taxi compartido" o la opción más tradicional, dependiendo de su tiempo, presupuesto, entre otros factores. Todo ello finalmente termina siendo una potestad exclusiva de quien contrata el servicio.

---

<sup>8</sup> Cruzado, D. (25 de agosto de 2016). El 20% de viajes de Uber será por taxi compartido. *Gestión*, p. 10. Lima.

## **VI. CONSUMO COLABORATIVO: ¿POSIBLE COMPETENCIA DESLEAL?**

Hace menos de un mes tuvimos la oportunidad de visitar la ciudad de Bogotá (Colombia)<sup>9</sup>, donde apenas aterrizamos, buscamos conectarnos a la red wifi para solicitar un taxi Uber. Grande fue nuestra sorpresa, cuando una vez realizado el contacto con el conductor, nos llamó vía el aplicativo "WhatsApp" para pedirnos que por favor a penas nos viéramos, simulemos que éramos viejos amigos, y que nos estaba recogiendo del Aeropuerto.

Así, apenas nos vimos nos dio un efusivo saludo, y una vez dentro del vehículo nos explicó que los agentes de Aeropuerto fiscalizan que el servicio de Taxis sean exclusivamente los registrados como tales, los cuales tienen un sindicato muy fuerte que han obligado a que Uber ni ningún taxi de aplicación pueda prestar el servicio de Bogotá.

Sinceramente, quedamos sorprendidos toda vez que pese a dicha prohibición, Uber seguía estando presente en toda la ciudad colombiana, es más, cada vez que salíamos de un lugar a otro solicitamos el servicio, y siempre había uno disponible, donde la dinámica era la misma, sentamos en el sitio del copiloto, aparentando que no existe servicio de taxi, sino que solo éramos amigos.

Al respecto, ya es conocido que en varias ciudades del mundo los sindicatos de taxis han protestado contra Uber, toda vez que los conductores de los aplicativos no han cumplido con las exigencias requeridas para prestar el servicio de taxi, lo cual devendría en posible acto de competencia desleal, toda vez que se configuraría un caso de violación de normas.

Al respecto, el DL N° 1044, Ley de Represión de la Competencia Desleal, define a los actos de violación de normas de la siguiente manera:

Artículo 14°.- Actos de violación de normas.-

Consisten en la realización de actos que tengan como efecto, real o potencial, valerse en el mercado de una ventaja significativa derivada de la concurrencia en el mercado

---

<sup>9</sup> Experiencia del autor en Bogotá-Colombia el 01 de diciembre de 2016.

mediante la infracción de normas imperativas. A fin de determinar la existencia de una ventaja significativa se evaluará la mejor posición competitiva obtenida mediante la infracción de normas.

La infracción de normas imperativas quedará acreditada:

- a) Cuando se pruebe la existencia de una decisión previa y firme de la autoridad competente en la materia que determine dicha infracción, siempre que en la vía contencioso administrativa no se encuentre pendiente la revisión de dicha decisión; o,
- b) **Cuando la persona concurrente obligada a contar con autorizaciones, contratos o títulos que se requieren obligatoriamente para desarrollar determinada actividad empresarial**, no acredite documentalmente su tenencia. En caso sea necesario, la autoridad requerirá a la autoridad competente un informe con el fin de evaluar la existencia o no de la autorización correspondiente. (Subrayado nuestro).

Al respecto, considero que tal como se encuentra regulado el mercado del servicio de transporte de taxi Remisse, podría considerarse que nos encontramos ante una práctica de competencia desleal, siempre y cuando el conductor no tenga todos los permisos en regla.

Ahora bien, lo cierto es que estas exigencias terminan trastocando la idea de "Consumo colaborativo" puesto que precisamente los costos son más baratos, porque el conductor no se dedica exclusivamente al servicio de taxi, sino que participa del mercado, y brinda una opción de transporte.

Personalmente, creemos que el mercado terminará premiando al sistema de "Consumo Colaborativo", y el consumidor buscará formas creativas que permitan que los aplicativos permanezcan en el mercado, así tengamos que imitar a Bogotá, donde nuestro taxista no es nuestro taxista, es nuestro amigo de toda la vida, y solo nos hace una "carrerita".

## VII. COLABORATIVO O NO COLABORATIVO: EXIGENCIAS INELUDIBLES.

Finalmente, con un sistema Colaborativo o no, considero que las aplicaciones no deben sentirse fuera de todo control, toda vez que las normas de servicios de atención a consumidores son de obligatorio cumplimiento para todos, como por ejemplo en el plazo para dar respuesta a los reclamos presentados.

En efecto, en el presente artículo se ha buscado precisamente advertir de la errada tendencia del INDECOPI, a considerar a los proveedores de servicios de aplicación como proveedores responsables del servicio de transporte ofertado. No obstante, ello no implica que los aplicativos no deban adoptar mecanismos de atención a sus clientes, máxime si con la innovación del servicio de taxi compartido, serán aún más estrecho el vínculo con sus consumidores, donde no solo se evaluará la idoneidad del servicio, sino también el cumplimiento de obligaciones conexas exigidas por el código, como por ejemplo el contar con el aviso y el Libro de Reclamaciones.

Al respecto, el INDECOPI ha tenido la oportunidad de pronunciarse sobre la exigencia de las aplicaciones de contar con un Libro de Reclamaciones. Así, la Resolución N° 1050-2016/CC2 de fecha 23 de junio de 2016, ha señalado lo siguiente:

*“(...) el artículo 3° del Reglamento del Libro de Reclamaciones establece que un proveedor virtual es aquél que establece una relación de consumo a través de su página web.*

*En ese sentido, están obligados en contar con un Libro de Reclamaciones de manera virtual aquellos proveedores que mediante sus páginas web efectúan actividades comerciales; siendo que, en el presente caso Easy Taxi de la revisión de su página web no realiza ninguna actividad comercial mediante este medio; sino que, de acuerdo a lo antes analizado su servicio se realiza mediante el aplicativo que es descargado en un celular Smartphone<sup>10</sup>.*

---

<sup>10</sup> **Reglamento del Libro de Reclamaciones del Código de Protección y Defensa del Consumidor. D.S N° 011-2011-PCM**  
**Artículo 4.- Libro de Reclamaciones**

(...)

*De la revisión del medio probatorio, se observa que el denunciado cuenta con un Libro de Reclamaciones de manera física; asimismo, Easy Taxi te da la posibilidad de contactarte con ellos para la realización de sugerencias y reclamos de manera telefónica.*

*Sobre el particular, es importante mencionar que la manera cómo funciona Easy Taxi es mediante un aplicativo que se descarga mediante un Smartphone; por lo que el denunciado no está obligado a contar con el Libro de Reclamaciones de forma virtual, ya que, no realiza actividad económica en su página web".*

Esta lógica de la Comisión es evidentemente anacrónica, si bien el Reglamento del Libro de Reclamaciones limita el Libro de Reclamaciones virtual a los proveedores que comercialicen a través de su página web, lo cierto es que hoy la gran mayoría de empresas de servicios masivos, no solo cuenta con páginas web, sino también con aplicativos para Smartphone (como aerolíneas, hospedajes, bancos, operadores telefónicos, entre otros).

---

El establecimiento comercial abierto al público deberá contar con un Libro de Reclamaciones, sea de naturaleza física o virtual, el mismo que deberá ser puesto inmediatamente a disposición del consumidor cuando lo solicite. Los proveedores que además del establecimiento comercial abierto al público, utilicen medios virtuales para establecer sus relaciones de consumo, deberán implementar un Libro de Reclamaciones Virtual en cada uno de sus establecimientos.

Los proveedores que cuenten con Libro de Reclamaciones Virtual, deberán brindar el apoyo necesario para que el consumidor ingrese su queja o reclamo en el Libro de Reclamaciones. Esto incluye que el proveedor guíe al consumidor a fin de que toda manifestación que califique como reclamo o queja sea ingresada correctamente en el Libro de Reclamaciones.

(...)

#### **Artículo 4 B.- Libro de Reclamaciones para proveedores virtuales**

En el caso de los proveedores virtuales, el Libro de Reclamaciones de naturaleza virtual, deberá estar alojado en la página de inicio del portal web diseñado para establecer las relaciones de consumo. Asimismo, al concluir el proceso de ingreso del reclamo o queja, se debe permitir la impresión de la Hoja de Reclamación y enviarse automáticamente al correo electrónico indicado por el consumidor, dejándose constancia de la fecha y hora de presentación del reclamo o queja. (...)



En ese sentido, es evidente que para acceder a estas aplicaciones se necesita contar con acceso a Internet, razón por la que no habría motivo por el cual la aplicación pueda tener un enlace virtual que pueda tomar el reclamo del consumidor, máxime si a través de las aplicaciones es factible poder ofertar, contratar, pagar e inclusive interactuar con el proveedor, ¿por qué no sería posible también reclamar?

Sin lugar a dudas, esta visión positivista que ha adoptado la Comisión (es evidente la falta de estándares dentro del INDECOPI), deberá ser fácilmente rebatida en otras instancias, máxime si la tendencia es impulsar y fortalecer los mecanismos de reclamo, como el Libro de Reclamaciones.

### **VIII. CONCLUSIONES.**

En el presente artículo, hemos buscado dar una aproximación a los retos que presenta el “Consumo Colaborativo” en las aplicaciones de taxis, así como verificar que efectivamente el mercado es más dinámico de lo que creemos, razón por la cual apostar por un tratamiento tradicional de las “Relaciones de Consumo” puede llevarnos a profundas decepciones.

Por el contrario, tampoco creemos que las aplicaciones deban ser tratadas como “intocables” y dejar que el solo hecho del mercado castigue a las buenas y malas aplicaciones, puesto que las normas deben ser de obligatorio cumplimiento para todos.

En ese orden de ideas, consideramos que a manera de conclusión, podemos destacar lo siguiente:

- El mundo de hoy tiene un dinamismo diferente, donde las relaciones de consumo son más complejas, toda vez que Internet y otros avances tecnológicos, han creado nuevos actores en el mercado, gracias al “Consumo Colaborativo”.
- El “Consumo Colaborativo” ha revolucionado las opciones de transporte de muchas personas, quienes optan por ingresar a

aplicativos desde sus teléfonos celulares para conseguir una oferta segura de taxis, dentro de sus posibilidades de pago.

- Las tesis que buscan forzar la aplicación de las reglas tradicionales de protección individualista al consumidor al esquema del “Consumo Colaborativo” son muy criticadas, ya que parten de una errada apreciación del concepto, toda vez que las aplicaciones de taxis, buscan abaratar costos, a través de un servicio de agencia o de intermediación, mas no buscan responsabilizarse por el servicio de transporte en sí mismo.
- Se debe tener presente que en la práctica muchos aplicativos han dinamizado su servicio, y no solo actúan como agencia de intermediación, sino que también ofrecen el servicio de “taxi compartido” o responden frente al precio final del servicio por ejemplo a través de la llamada “tarifa dinámica”, la cual puede hasta triplicar el valor habitual de un mismo recorrido.
- Se ha criticado que muchos aplicativos no verifican si los conductores se encuentran efectivamente registrados para brindar el servicio de transporte público de taxi “Remisse”, lo cual podría generar eventuales denuncias de casos de competencia desleal, pese a que se contrapone diametralmente al concepto de “Consumo Colaborativo”.
- A la fecha el INDECOPI no ha aportado mayores pronunciamientos que fijen un estándar al tratamiento de las aplicaciones del servicio de taxis, lo cual claramente urge para efectos de que consumidores puedan tener claridad sobre cómo proceder en casos de disconformidades con el servicio.

## **IX. OPINIÓN PERSONAL.**

En nuestra opinión, pese a las quejas que habitualmente observamos en redes sociales, las aplicaciones de servicio de taxi brindan un servicio de intermediación, que no necesita más regulación, puesto

que el “Consumo Colaborativo” trae efectivamente la posibilidad de intercambiar bienes y servicios de una manera diferente, lo cual no implica que no pueda existir una posterior sanción por la falta de idoneidad en el servicio.

No obstante, debemos distinguir claramente las responsabilidades. En efecto, las aplicaciones solo deberán responder por todo aquello que se encuentre dentro de su esfera de control, como por ejemplo un sobre cargo efectuado en la tarifa final (cuando ésta es impuesta por el aplicativo) o sobre la falta de canales para la recepción de reclamos conforme a las normas ya existentes; responsabilizarlas por más significaría equipararlas con servicios tradicionales, desnaturalizando su objeto, y encareciendo su servicio, perjudicando como siempre a los consumidores.

## **BIBLIOGRAFÍA.**

- FRANSI, Eduard. “Ejemplos de Consumo Colaborativo” En: <http://www.blogyuzz.org/2016/09/ejemplos-de-consumocolaborativo/>
- Experto Yuzz. 24 de diciembre de 2016.
- BOTSMAN, Rachel y ROGERS, Roo: “What s mine is yours. The rise of collaborative consumption”. (2011)
- RODRIGUEZ GARCIA, Gustavo: “Saliendo de la Isla: superando un Sistema de Protección al Consumidor en guerra consigo mismo” Editorial Jurídica Themis (2016)
- Cruzado, D. (25 de agosto de 2016). El 20% de viajes de Uber será por taxi compartido. Gestión, p. 10. Lima.