

PONTIFICIA UNIVERSIDAD
CATÓLICA DEL PERÚ

FACULTAD DE DERECHO



Programa de Segunda Especialidad en Protección al Consumidor

**La responsabilidad administrativa de las empresas de
taxi por aplicativo y la pertinencia de su regulación**

Trabajo académico para optar el título de Segunda
Especialidad en Protección al Consumidor

Autor:

Valeria Bonilla Montenegro

Asesor:

Javier Mihail Pazos Hayashida

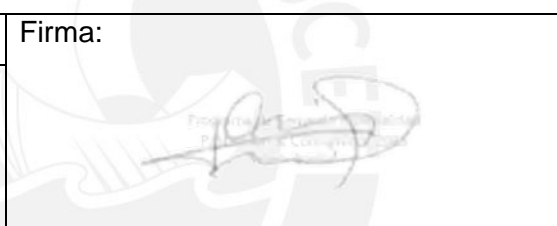
Lima, 2025

Informe de Similitud

Yo, PAZOS HAYASHIDA, JAVIER MIHAIL, docente de la Facultad de Derecho de la Pontificia Universidad Católica del Perú, asesor(a) del Trabajo Académico titulado “**La responsabilidad administrativa de las empresas de taxi por aplicativo y la pertinencia de su regulación**”, del autor(a) BONILLA MONTENEGRO, VALERIA, dejo constancia de lo siguiente:

- El mencionado documento tiene un índice de puntuación de similitud de 30%. Así lo consigna el reporte de similitud emitido por el software Turnitin el 07/12/2025.
- He revisado con detalle dicho reporte y el Trabajo Académico, y no se advierten indicios de plagio.
- Las citas a otros autores y sus respectivas referencias cumplen con las pautas académicas.

Lima, 13 de diciembre del 2025

PAZOS HAYASHIDA, JAVIER MIHAIL	
DNI: 07758696	Firma: 
ORCID: https://orcid.org/0000-0002-3516-2603	

Resumen

El presente artículo tiene como finalidad analizar, a partir de casos resueltos por el Indecopi (Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual), la responsabilidad de las empresas que administran plataformas digitales en el transporte urbano de personas (taxis por aplicativos) a la luz de las legislaciones de protección al consumidor y de competencia desleal. Asimismo, se analiza la pertinencia de crear una regulación normativa para dicha forma de comercio electrónico.

Palabras clave: Plataformas digitales – Protección al Consumidor – Competencia desleal – Causalidad.

Abstract

This article seeks to analyze, drawing on cases resolved by Indecopi (National Institute for the Defense of Free Competition and the Protection of Intellectual Property), the liability of companies that operate digital platforms for urban passenger transport (app-based taxi services) in light of consumer protection law and unfair competition regulations. It further examines the appropriateness of introducing a regulatory framework specifically tailored to this form of electronic commerce.

Keywords: Digital platforms – Consumer Protection Law – Unfair Competition – Causation.

Índice

INTRODUCCIÓN	4
I. RESPONSABILIDAD ADMINISTRATIVA POR AFECTACIÓN A LOS DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES Y POR COMPETENCIA DESLEAL	6
1.1 Las plataformas digitales en el servicio de transporte terrestre urbano	6
1.2 Aplicación del Código del Consumidor y del D. Leg. 1044 a las empresas de taxis por aplicativo	8
1.2.1 El D. Leg. 1044, Ley de Represión de la Competencia Desleal (2008)	9
1.2.2 El Código del Consumidor (2010)	9
1.2.3 Nuestra opinión	10
II. ANÁLISIS DE LOS PRONUNCIAMIENTOS DEL INDECOPI	14
2.1 Resoluciones sobre infracciones a los derechos de los consumidores	14
2.2 Resoluciones sobre infracciones por actos de competencia desleal	19
III. PERTINENCIA DE CREAR NORMAS QUE REGULEN A LAS EMPRESAS DE TAXIS POR APLICATIVO	25
IV. CONCLUSIONES	28
BIBLIOGRAFÍA	30

INTRODUCCIÓN

El término “Social” que forma parte del nombre del modelo económico reconocido en nuestra actual Constitución se sustenta fundamentalmente en la intervención del Estado en las transacciones que tienen lugar en el mercado. Una de las finalidades de dicha intervención es la protección de los derechos de los consumidores, los cuales suelen encontrarse en asimetría informativa con relación a los proveedores, quienes por su experiencia y su organización económica suelen tener un mejor y mayor acceso a la información sobre los bienes y servicios que ofrecen en el mercado.

La defensa de los consumidores se encuentra reconocida expresamente en el artículo 65 de nuestra norma principal, la cual dispone que el Estado debe defender sus intereses y garantizar la eficacia de sus derechos. Ello ha dado lugar a un conjunto de normas orientadas a regular jurídicamente dicho mandato constitucional, siendo la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa de los Consumidores (en lo sucesivo, Código del Consumidor) la norma más importante y el Indecopi la entidad estatal encargada de canalizar la dicha protección, siendo uno de sus instrumentos más importantes el procedimiento sancionador por infracción a las normas de protección al consumidor. Si bien, la aplicación de las normas del Código del Consumidor (en cuanto impone deberes a los proveedores y reconoce derechos a los consumidores) han contribuido a la protección efectiva de los consumidores, se debe considerar que su entrada en vigencia se produjo en el año 2010, cuando el comercio electrónico no tenía el protagonismo que presenta en los últimos años.

En el último quinquenio, el desarrollo del comercio electrónico ha permitido que los proveedores ofertantes accedan a un mercado cada vez más globalizado, gracias a ello los consumidores en un mercado, regido por la libre competencia, pueden elegir dentro de una mayor variedad de opciones con la posibilidad de poder realizar adquisiciones desde la comodidad de su hogar o del lugar donde se encuentren y en cualquier momento. Sin embargo, estas ventajas tienen que ser contrastadas con la necesidad de que las disposiciones del Código del

Consumidor se ajusten a lo que actualmente ocurre en las relaciones de consumo que se producen a través de medios electrónicos.

Desde nuestro punto de vista, la regulación del comercio electrónico no significa que necesariamente tenga que crearse nuevas leyes, sino que tiene que evaluarse la posibilidad de realizar algunas modificaciones en las normas orientadas a la defensa de los consumidores (empezando por el Código del Consumidor) con la finalidad de brindar una efectiva protección en aquellas transacciones que se realizan mediante la internet, de tal forma que el mandato constitucional no pierda efectividad en una forma cada vez más difundida de comercio.

En este escenario, el uso de plataforma virtuales que permiten interactuar a taxistas con consumidores que requieren ser movilizados (taxi por aplicativo) constituye un caso concreto que ha dado lugar a propuestas legislativas orientadas a regular esta forma de comercio electrónico muy usada en nuestros días, debido a que han tenido lugar varios casos donde se ha expuesto la afectación de los derechos de los consumidores sin que haya un amparo normativo que invocar, debido a que la utilización de esta nueva tecnología, no se adecua a la regulación actual, dejando un vacío que afecta a un número mayor de consumidores dispuestos a usar este tipo de servicio.

Uno de los casos más controvertidos que se analizarán a continuación consiste en determinar si corresponde atribuir responsabilidad administrativa a aquellas empresas de taxi por aplicativo por las conductas que los taxistas realicen en contra de los consumidores (por ejemplo, que brinde un servicio deficiente o que haya puesto en riesgo la salud o integridad de los consumidores). La defensa de las empresas ante las denuncias formuladas en el Indecopi fundamentalmente consistió en afirmar que ellos no brindaban el servicio de movilidad, sino que eran intermediarios por lo que no podían ser sancionados por aquellas acciones realizadas por los taxistas. Esta es una razón para poder evaluar la necesidad de complementar la regulación jurídica del Código del Consumidor sobre dicha actividad.

Otro aspecto controvertido que ha promovido la necesidad de crear normas que regulen la actividad realizada por las empresas de taxi por aplicativo es que, en algunos de sus pronunciamientos, el Tribunal de Defensa de la Competencia y de la Propiedad Intelectual del Indecopi ha concluido que las mencionadas empresas al no brindar efectivamente el servicio de movilidad a los consumidores actúan como intermediarios por lo que no serían responsables. Sin embargo, se debe tener en cuenta que dichos pronunciamientos están relacionados con la comisión de actos de competencia desleal, cuya represión es regulada por el Decreto Legislativo N° 1044, Ley de Represión de la Competencia Desleal (en lo sucesivo, D. Leg. 1044), norma cuyo ámbito de aplicación subjetiva es diferente a la del Código del Consumidor. Esta aparente contradicción entre lo resuelto por la misma entidad respecto a la responsabilidad administrativa será analizada también a continuación.

I. RESPONSABILIDAD ADMINISTRATIVA POR AFECTACIÓN A LOS DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES Y POR COMPETENCIA DESLEAL

1.1 Las plataformas digitales en el servicio de transporte terrestre urbano

El comercio electrónico o *ecommerce* comprende las transacciones comerciales a través de Internet, utilizando plataformas digitales como ocurre, por ejemplo, con los sitios web y aplicaciones móviles. La Organización Mundial del Comercio (s/f) lo conceptualiza como “la producción, publicidad, venta y distribución de productos a través de las redes de telecomunicaciones”.

Una de las formas de comercio electrónico de más auge en los últimos años es aquella que tiene lugar mediante las aplicaciones móviles, las cuales han permitido intensificar las interacciones entre consumidores y proveedores. Así, somos testigos de la aparición y crecimiento de las aplicaciones de delivery, pagos, venta de productos, entre otros, que han simplificado las relaciones comerciales lo cual es beneficioso no solamente para los consumidores (tienen acceso a una gran variedad de productos y servicios), sino también a los agentes económicos que concurren en el mercado (pueden llegar a más consumidores a

menores costos utilizando equipos más fáciles de llevar y manejar (celulares, tablets, relojes, etc.).

Un comportamiento similar al descrito en el párrafo anterior lo han presentado los aplicativos de taxi o servicio de transporte. En este caso, las empresas ofertantes recurren a una plataforma digital que permite la interacción de usuarios y taxistas. Dicha interacción se produce en el marco de una economía colaborativa, la cual “surge cuando las familias utilizan su dotación de factores productivos para ponerlos a disposición del mercado (Ordoñez de Haro y Torres, 2019, p. 79)

Gran parte de la dificultad que actualmente afronta la protección a los consumidores o usuarios que acceden a las economías colaborativas radica en identificar a los elementos que intervienen. A la luz de lo señalado por Agenda Europea (2016) citada por Martín (2017) podemos mencionar a los siguientes:

- Los prestadores de servicios: comparten activos, recursos, tiempo o competencias, de forma gratuita o previo pago.
- Los usuarios: disfrutan de los servicios que ofrecen los citados prestadores de servicios.
- Las plataformas colaborativas: actúan como intermediarias, conectando en tiempo real a los prestadores de servicios con los usuarios y facilitando las transacciones entre ellos.

De lo señalado hasta aquí se advierte que una diferencia importante existente entre el consumo colaborativo y el consumo tradicional es el rol de los consumidores o usuarios. En el consumo tradicional a los consumidores se les identifica como adquirentes de productos o contratantes de servicios, en el consumo colaborativo los consumidores pueden interactuar entre ellos y con el titular de la plataforma. Esta última actúa como intermediaria que permite la coordinación de diferentes tipos de usuarios quienes interactúan asumiendo varios roles. simultáneamente (vendedor y comprador).

El mayor uso de las plataformas de aplicativos de movilidad por parte de los consumidores obliga a que muchos consideren que debe haber una regulación orientada a la protección de los derechos de estos últimos, debido a que los derechos de los consumidores pueden ser afectados cuando las empresas que administran dichas plataformas no cumplen con sus obligaciones como proveedores establecidos en el Código del Consumidor o incurren en actos de competencia desleal a la luz de lo previsto en el D. Leg. 1044; es por ello que a continuación analizaremos la aplicación de ambas normas.

1.2 Aplicación del Código del Consumidor y del D. Leg. 1044 a las empresas de taxis por aplicativo

El D. Leg. 1044 (norma que en su artículo 6 define a un acto de competencia desleal como aquel que objetivamente afecta la buena fe empresarial) considera como bien jurídico protegido al proceso competitivo. Sin embargo, debe tenerse en cuenta que hay algunos actos desleales que afectan también a los consumidores como ocurre con los actos de engaño y los de violación de normas. Efectivamente, si bien el primer de los mencionados induce a error a todo aquel que actúa en el mercado, son los consumidores los más susceptibles de ser afectados debido a que suelen encontrarse en asimetría informativa respecto al agente económico que concurre y compite en el mercado. En el caso de los actos de violación de normas, la infracción de normas imperativas que daría lugar a una ventaja significativa frente a los competidores podría afectar a los consumidores ya que las normas transgredidas pueden estar orientadas a la protección de la salud o la seguridad de los consumidores.

Ahora bien, para poder determinar la aplicación de ambas normas (D. Leg. 1044 y Código del Consumidor) hay dos aspectos a analizar: 1) el ámbito subjetivo; es decir, determinar si las empresas de taxi por aplicativo son sujetos de aplicación de dichas normas; y, 2) el principio de causalidad, uno de los límites que el TUO de la Ley N° 27444 (LPAG) impone a la potestad sancionadora de las entidades públicas, en este caso, los órganos resolutivos del INDECOPI (Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal y Comisión de Protección al Consumidor). Según dicho principio, solo se debe sancionar a quien cometió la

conducta infractora, por lo que la responsabilidad solidaria es una figura excepcional que solo puede aplicarse en aquellos supuestos previstos por normas especiales.

En el caso del Código del Consumidor y del D. Leg. 1044 el ámbito subjetivo de ellas no coincide; sin embargo, ello no permite concluir que una de ellas o ninguna sea aplicable a las empresas de taxi por aplicativo. Si ninguna de estas normas se podría aplicar tendría fundamento aprobar una norma que estableciese alguna regulación adicional orientada a proteger a los consumidores que recurren a este tipo de empresas. Analicemos a continuación el ámbito subjetivo de aplicación de ambas normas.

1.2.1 El D. Leg. 1044, Ley de Represión de la Competencia Desleal (2008)

El D. Leg. 1044 en su artículo 3 señala que se aplican a todos aquellos que realizan una actividad económica. Además, la parte final del artículo 1 del D. Leg. 1044 prevé que en ningún caso es necesario determinar la habitualidad en quien desarrolla actos que son imputados inicialmente como desleales.

De dichas disposiciones se advierte principalmente que la ley que reprime la competencia desleal se aplica a quienes realizan una actividad económica en el mercado independientemente de que sean de derecho privado o público, de que sean personas naturales o jurídicas y de que tengan o no finalidad lucrativa. Basta de que realicen una determinada actividad en el mercado (como la ubicación de taxistas dispuestos a realizar el servicio de transporte urbano bajo ciertos requisitos) para que se les aplique el mencionado decreto legislativo, no interesando que sean habituales en dicha actividad.

1.2.2 El Código del Consumidor (2010)

Por su parte, el Código del Consumidor en el artículo III de su Título Preliminar prevé que protege al consumidor que forme parte de una relación de consumo o que se encuentre expuesto a esta última. También se aplica en aquellos casos en que el consumidor es afectado previamente a la existencia de dicha relación.

Para ello debe entenderse que una relación de consumo es aquella que entablan un consumidor y un proveedor en torno a un producto o servicio que el primero adquiere o contrata del segundo.

Ahora bien, en cuanto a quién se debe considerar como proveedor, el numeral II del artículo IV del Título Preliminar señala que proveedor es todo aquel realiza una actividad económica de forma habitual, participando en la cadena de producción, distribución o comercialización del producto o en la prestación de un servicio.

Entonces a modo de conclusión, podemos afirmar que el Código del Consumidor, además de los consumidores se aplica a todos aquellos (persona natural o jurídica, de derecho público o privado) que realizan habitualmente una actividad económica.

1.2.3 Nuestra opinión

Lo señalado hasta aquí permite realizar el siguiente contraste (cuadro comparativo) respecto a aquel que realizando una actividad económica en el mercado (como las empresas de taxi por aplicativo) es sujeto de aplicación de las normas materia de análisis:

D. Leg. 1044	Código del Consumidor
No requiere habitualidad	Requiere habitualidad
No es necesario que esté comprendido en una relación de consumo.	Sí es necesario que esté comprendido en una relación de consumo

Teniendo en cuenta que la actividad económica que realizan las empresas de taxi por aplicativo es la de brindar un servicio de identificación de aquellos taxistas que están dispuestos a transportar a personas a un lugar, tiempo, precio y destino determinados. Estaríamos entre un servicio de intermediación (o

facilitación) entre el taxista y la persona interesada en ser trasladada (pasajero usuario).

En el caso del D. Leg. 1044, esta norma es aplicable a estas empresas ya que son agentes económicos que concurren en el mercado prestando un determinado servicio tanto consumidores como a taxistas; resultando irrelevante de que efectivamente no brinden el servicio de taxi, sino de intermediación entre el taxista y el consumidor (pasajero). Por lo tanto, las empresas de taxi por aplicativo están obligadas a no incurrir en actos de competencia desleal; especialmente aquellos que tienen un impacto en los consumidores (como los de engaño y de violación de normas).

En el ámbito de la protección al consumidor, el análisis es más complejo, ya que su aplicación está supeditada a determinar si dichas empresas califican como proveedores además de identificar la(s) relación(es) de consumo existente(s).

De acuerdo con lo señalado en el párrafo anterior, podemos afirmar fehacientemente que son proveedores ya que realizan una actividad económica en forma habitual, como ya se ha señalado dicha actividad consiste en facilitar a los consumidores la ubicación de taxistas dispuestos a movilizarlos bajo ciertas condiciones acordadas previamente. Sin embargo, para determinar su responsabilidad administrativa respecto a los derechos de los consumidores debe determinarse la relación de consumo.

Si un usuario toma un taxi para que el conductor lo movilice a un destino determinado, queda claro que el proveedor es este último (taxista) existiendo una sola relación de consumo. Sin embargo, esta situación se torna más compleja cuando hay un nuevo actor: la empresa titular del aplicativo móvil, este último permite a los interesados en contratar el servicio de taxi conectarse con aquellos taxistas que están dispuestos a trasladarlos bajo determinadas condiciones.

Entonces, cuando un consumidor utiliza una plataforma y se comunica con el taxista arribando a un acuerdo para que este último lo movilice a un lugar

determinado se identifican dos servicios y, por ende, dos relaciones de consumo. La primera relación sería la conformada por la empresa de aplicativo y el consumidor, siendo el servicio la ubicación de taxistas interesados en la prestación del servicio. La segunda, la conformada por el taxista y el consumidor, siendo el servicio, valga la redundancia, el de taxi. Ello coincide con lo señalado por De la Rosa (2020) quien considera que desde que se solicita un servicio por intermedio del aplicativo hasta que se llega al destino final, nos encontramos frente a tres relaciones jurídicas diferentes e independiente. Según el mencionado autor, estas son:

1. Relación empresa de aplicativo – conductor	El conductor accede a una aplicación que le permite recibir solicitudes de servicio de transporte de los consumidores afiliados a dicha aplicación, procediendo a realizar el servicio si acepta la solicitud.
2. Relación empresa aplicativo – consumidor	En virtud de algunos términos y condiciones, el consumidor accede a una aplicación que le permite, mediante un equipo enviar solicitudes con la finalidad de que los conductores las acepten y les brinden el servicio. Como consecuencia de ello, la empresa de aplicativo móvil interviene como intermediario
3. Relación conductor – consumidor.	Mediante ella el conductor presta el servicio efectivo de transporte terrestre al consumidor a cambio de un precio determinado previamente indicado en el aplicativo

Teniendo como referencia la normativa de protección al consumidor, debemos dejar de lado la Relación 1 debido a que en ella no participa el consumidor (destinatario final) por lo que dicha relación no constituiría una relación de consumo. Nuestro análisis está dirigido a evaluar las relaciones jurídicas 2 y 3.

En la relación 2 sí hay una relación de consumo entre el pasajero usuario (consumidor) y la empresa de taxi por aplicativo (proveedor) en torno a un

servicio: la ubicación de taxistas dispuestos a movilizar al pasajero a un lugar determinado. Si esta relación la contrastamos con la definición establecida en Título Preliminar del Código del Consumidor se puede advertir que independientemente de la concurrencia de los tres elementos (consumidor – proveedor – producto o servicio) no hay una contraprestación económica que entregue el consumidor a la empresa debido que el pago que realiza es al taxista, siendo este último quien debe realizar la contraprestación a esta última.

A pesar del detalle señalado, ello no implica que no es posible aplicar el Código Consumidor debido a dos razones: primero, puede asumirse que existe una contraprestación indirecta por parte del consumidor debido a que parte de lo que él pida al taxista por su servicio este puede entregar un porcentaje de dicho pago a la empresa de taxi por aplicativo; y segundo, como ya se ha afirmado anteriormente, la aplicación del Código del Consumidor puede tener lugar en aquellos consumidores que se encuentran expuestos a una relación de consumo, en este segundo escenario, dicha relación es la que existiría entre el pasajero y el taxista afiliado a la empresa de aplicativo móvil.

En la Relación 3, el análisis es más sencillo respecto a la existencia de una relación de consumo, ya que se advierte los tres elementos: consumidor – proveedor (taxista) – servicio (movilidad), habiendo de por medio una contraprestación económica. Sin embargo, es necesario realizar un segundo análisis respecto a la responsabilidad de la empresa de taxi por aplicativo respecto a lo realizado por el taxista, lo cual tiene que ser evaluado a la luz del principio de causalidad. El análisis respectivo se realizará más adelante.

Al respecto, la doctrina no es uniforme, Rodríguez (2016) considera que las empresas de taxi por aplicativo no prestan de manera efectiva dicho servicio, por lo tanto, no son proveedores y no forman parte de relación de consumo alguna. En este caso, consideramos que el comentario del mencionado autor es errado debido a que toma en cuenta que solo existe una relación de consumo (pasajero – taxista), participando la empresa de taxi pro aplicativo como intermediario, cuando en realidad son dos relaciones de consumo las que tienen lugar.

Apreciación distinta es la de Meza (2021) quien coincide con el criterio del Indecopi respecto a que dichas empresas sí deben calificar como proveedor ya que daría lugar a la aplicación del Código del Consumidor lo cual permitiría tutelar a los consumidores en nuevos supuestos, sobre todo, los relacionados con la tecnología. En este caso, debemos precisar que más allá de la protección de los consumidores, por las razones que ya han sido expuestas las empresas de taxi por aplicativo son proveedores en una determinada relación de consumo por lo que a ellos les es aplicable el Código del Consumidor.

Otro criterio a tomar en cuenta es el de Morales (2024) quien toma en cuenta que de acuerdo al artículo III inciso 3 del Código del Consumidor esta norma es aplicable también en las operaciones gratuitas (no hay contraprestación económica) siempre que tengan como finalidad fomentar el consumo, lo cual sucede con el uso de los aplicativos móviles para taxi. Según el mencionado autor: “La relación entre el intermediario de la plataforma y el consumidor se adecúa a esta definición en la que caben liberalidades o prestaciones a título gratuito, pero con fines comerciales ya que el intermediario, al motivar o fomentar el consumo y propiciar mayor información para los establecimientos alojados en su plataforma, también se beneficia (p. 8).

Siendo considerados como proveedores las empresas de taxi por aplicativo, ellas están obligados a cumplir los deberes establecidos por el Código del Consumidor en consonancia con la protección de los derechos de los consumidores. Entre los deberes más importantes tenemos que mencionar, entre otros, a los siguientes: brindar información veraz, servicios idóneos y un servicio seguro; no incluir cláusulas abusivas, contar con un libro de reclamaciones virtual; no realizar trato discriminatorio, entre otros.

II. ANÁLISIS DE LOS PRONUNCIAMIENTOS DEL INDECOPI

2.1 Resoluciones sobre infracciones a los derechos de los consumidores

A continuación, se analizará la responsabilidad de dichas empresas respecto a infracciones al Código del Consumidor, considerando que el procedimiento

administrativo regulado por dicha norma es uno de naturaleza sancionadora, tal como se desprende de su artículo 106.

Al estar frente a un procedimiento sancionador, se debe observar los principios de la potestad sancionadora regulados en el artículo 248 del TUO de la LPAG. Estos principios constituyen los límites que el legislador, inspirado en un Estado Constitucional de Derecho donde se promueve la efectividad de los derechos fundamentales, ha establecido a la potestad sancionadora de las entidades públicas.

En los casos que a continuación aludiremos, si bien en algunos de ellos las empresas de taxis por aplicativos denunciadas han señalado en sus descargos que las denuncias contra ellas deben ser declaradas improcedentes debido a que no son proveedores al no brindar el servicio de taxi; sin embargo, como ya se ha señalado sí son proveedores ya que brindan a los consumidores un servicio, no el de movilizarlos, pero sí el de ubicación de taxistas dispuestos a prestar el servicio de movilidad.

En este escenario, estas empresas serían susceptibles de ser sancionadas, según el artículo 104 del Código del Consumidor, cuando incumplan alguna obligación como proveedor o afecten algún derecho reconocido a los consumidores. Es así que la mencionada norma señala que un proveedor debe asumir responsabilidad administrativa cuando afecta un derecho de los consumidores o incumple alguna obligación impuesta por el Código del Consumidor; sin embargo, puede eximirse de dicha responsabilidad cuando acredite cualquiera de los supuestos de fractura del nexo causal.

Es evidente que dicha disposición se basa implícitamente en la aplicación del principio de causalidad ya que responsabiliza a quien ha cometido la conducta señalada en la ley como infracción. Sin embargo, para determinar si un proveedor (en este caso, la empresa de taxi por aplicativo) es infractor tiene que considerarse el alcance de la obligación que la norma impone a este último. Un ejemplo de ello ocurre con la idoneidad, definida normativamente como “la correspondencia entre las expectativas del consumidor y lo que efectivamente

ha recibido” (artículo 18 del Código del Consumidor). En efecto, para evaluar si hubo infracción al deber de idoneidad debe considerarse las expectativas de los consumidores a la luz de las garantías que dicha norma incluye en su artículo 20, las cuales pueden ser legales, explícitas o implícitas.

En consecuencia, en aquellos casos en que los consumidores denuncien conductas infractoras de sus derechos realizadas por taxistas, el análisis debe incluir a las expectativas de los consumidores respecto a la labor de las empresas de taxi por aplicativos, como por ejemplo que hayan sido diligentes al seleccionar a los taxistas que van a interactuar a través de sus plataformas virtuales o que hayan cumplido con las normas sectoriales que regulan a los diferentes agentes que participan en el servicio de transporte urbano..

Revisemos a continuación cuatro casos en los que ha habido pronunciamientos de los órganos resolutivos del Indecopi:

Primer caso

Expediente 186-2018/CC3	Se inició un procedimiento sancionador contra Taxibeat Perú S.A., 1) por la presunta infracción al deber de idoneidad y 2) por la inclusión de cláusulas abusivas.
Imputación	No habría garantizado la seguridad de los consumidores. Asimismo, habría incluido en las cláusulas que podrían calificar como abusivas.
Descargos	Ofrecía a sus pasajeros tres medidas de seguridad: conocer el vehículo que recogía a los pasajeros (características y placa), compartir el recorrido del viaje con terceros (mediante GPS), ofrecer asistencia en caso de duda a través de su área de soporte. Verificaba la información pública relacionada a los antecedentes de los conductores.

	Sus cláusulas establecían que los conductores no eran trabajadores de Taxibeat; por lo tanto, no podría atribuírsele responsabilidad por hechos de terceros.
Resolución de la Comisión (Resolución 069-2019/CC3)	Infracción del art. 19° del Código al no haber garantizado la seguridad de los consumidores. Infracción del lit. a) del art. 50° del Código, al incluir cláusulas que calificaban como abusivas.
Resolución de la Sala (Resolución 3229-2019/SPC-INDECOPI)	Confirmó la resolución apelada respecto a la seguridad de los consumidores ya que no se contaba con un adecuado procedimiento de selección de conductores, afiliados a la plataforma. Las cláusulas cuestionadas exoneraban de toda responsabilidad a Taxibeat, por anticipado y en todos los casos.

Segundo caso

Expediente 1062-2017/CC2	Denuncia contra Maxi Mobility Perú S.A.C. (Cabify), entre otros hechos por no contar con un libro de reclamaciones virtual en su aplicativo móvil (presunta infracción del art. 150 del Código, concordado con el art. 4°-B del Reglamento; del Libro de Reclamaciones.
Imputación	Cabify no consignaba en su aplicativo móvil el libro de reclamaciones virtual.
Descargos	Su empresa sí contaba con el libro de reclamaciones ubicado en su portal web bajo el cual brindaban sus servicios.
Resolución de la Comisión (0652-2018/CC2)	Declaró fundada la denuncia por infracción del art. 150° del Código, en concordancia con el art.

	4°-B del Reglamento, al haberse acreditado que no contaba con un libro de reclamaciones virtual en su aplicativo móvil;
Resolución de la Sala (Resolución 3325- 2018/SPC-INDECOPI)	Confirmó la resolución apelada ya que Taxibeat no contaba con un libro de reclamaciones en su aplicativo móvil.

En ambos casos no fue un aspecto controvertido que las mencionadas empresas de taxi por aplicativo eran proveedores. Además, no se analizó la relación de consumo en la cual estaban comprendidas conjuntamente con los consumidores.

En cuanto al análisis de fondo sí hubo controversia sobre la responsabilidad de las empresas imputadas. En el primer caso, ello se debió respecto al alcance de las acciones realizadas por los conductores; en otras palabras, si aquellas tenían que responder por lo que realice el conductor, considerando que ellas fueron las que recomiendan a aquellos que finalmente van a movilizar a los consumidores.

De acuerdo con la imputación las empresas de taxi por aplicativo tienen la obligación de hacer una adecuada selección de los conductores que van a recomendar a los pasajeros; por lo tanto, cuando con los conductores vulneren los derechos de los consumidores (como la idoneidad y la seguridad) la empresa de aplicativo debía responder.

Ello es debatible a la luz del principio de causalidad al cual ya nos hemos referido, Sin embargo, como también ya hemos señalado dicho principio tiene que ser sopesado con el deber de idoneidad de todo proveedor, en el sentido que los consumidores tienen la expectativa de que este tipo de empresas han tenido que evaluar ciertos requisitos en la selección de conductores. La controversia desde nuestro punto de vista radica en determinar el tipo de responsabilidad a aplicar a tales empresa ante las situaciones ya descritas. A nuestro entender tiene que encontrarse un punto de equilibrio ya que si bien es cierto las empresas que administran plataformas digitales como actividad económica tienen que asumir ir ciertos riesgos, por ello no pueden excluirse de responsabilidad por los hechos

cometidos por los conductores, pero tampoco se le puede responsabilizar de todo hecho ilícito que afecte los consumidores.

Al respecto, Jauregui (2023) señala:

El comercio electrónico en el sector transporte es de naturaleza más impuesta que colaborativa, pues impone más restricciones de interacción y acceso para las partes contratantes. Y es que, al tener mayor control, el intermediario verá ampliada su capacidad de decisiones y, con ello, su esfera de responsabilidad. En segundo lugar, estas reglas de gobernanza funcionan como una garantía explícita del deber general de idoneidad y seguridad en el servicio de transporte, debido a que se establecen las pautas o reglas de juego que van a ser necesariamente cumplidas por los intermediarios en el comercio C2C. (p. 13)

Consideramos acertado lo señalado por el mencionado autor debido a dos razones importantes:

- 1) Toma en cuenta el rol que cumplen las garantías (implícita, explícita y legal) en el análisis de idoneidad.
- 2) Incluye como criterio a ser tomado en cuenta el principio de primacía de la realidad, el cual está íntimamente vinculado con las expectativas que se genera cuando accede a un aplicativo móvil para ubicar a un taxista.

El mencionado autor se refiere a la garantía explícita; pero debemos tener en cuenta la aplicación de la garantía legal, la cual es indispensable en este tipo de mercado ya que el transporte urbano es un servicio público regulado fundamentalmente por la Ley N° 27191, Ley General de Transporte y Tránsito terrestre norma cuya finalidad es la procurar la satisfacción de los consumidores y resguardar sus condiciones de seguridad , por lo que asigna atribuciones entre otras entidades al Indecdopi y al Ministerios de Transporte y Comunicaciones.

2.2 Resoluciones sobre infracciones por actos de competencia desleal

Como se ha señalado en el capítulo anterior, un aspecto controvertido es la aplicación del DL 1044. Esta norma a diferencia del Código del Consumidor considera como sujeto de aplicación a los agentes económicos, es decir a cualquiera que realiza una actividad económica en un determinado mercado.

Desde nuestro punto de vista, no es un aspecto controvertido afirmar que dichas empresas no prestan el servicio de taxi, lo realizan los conductores. Tampoco es controvertido la actividad que realizan (facilitar la ubicación de los conductores); por lo tanto, tampoco lo es la aplicación del DL 1044. Si bien, como vamos a ver a continuación, ha habido pronunciamientos del Indecopi declarando improcedente una denuncia por haber incurrido en un acto de competencia desleal de violación de normas, tal decisión es correcta en la medida que las normas materia de imputación era aplicable a los taxistas, pero no a las empresas de taxi por aplicativo. Son embargo este criterio no se puede generalizar, ya que habrá casos en que estas últimas en el marco de su actuación en el mercado, podrán incurrir en actos desleales teniendo que, de ser el caso, ser sancionadas, según lo previsto en la norma que reprime la competencia desleal.

En cuanto al DL 1044 para atribuir responsabilidad administrativa, el agente económico, en este caso la empresa de taxi por aplicativo, debe haber incurrido en un acto de competencia desleal, el cual afecta directamente el proceso competitivo, pero también puede afectar a los consumidores, como ocurre, por ejemplo, con los actos de engaño y los actos de violación de normas.

Ya se ha señalado líneas arriba, dichas empresas al realizar una actividad económica, independientemente que coincidamos en que actúe como intermediario o no, está prohibido de incurrir en actos de competencia desleal.

Para determinar que un agente económico ha incurrido en un acto desleal es necesario determinar que dicho agente es el que realmente ha incurrido en dicho acto, en cumplimiento del principio de causalidad del cual el TUO de la LPAG señala: “La responsabilidad debe recaer en quien realiza la conducta omisiva o activa constitutiva de infracción sancionable”. (art. 248) En consecuencia, si la

empresa de taxi por aplicativo no ha difundido información que resulte falsa o inexacta (mediante un anuncio publicitario o no) o debido a la actividad que realiza no está obligado a cumplir normas que regula el servicio de transporte urbano mediante taxis, no tienen que ser sancionados.

Analicemos a continuación dos procedimientos sancionadores iniciados contra dichas empresas

Primer caso

Expediente 0215- 2020/CCD	Denuncia contra Beat Perú S.A. por la presunta comisión de actos de competencia desleal en la modalidad de engaño (según lo previsto en el art. 8 del DL 1044)
Imputación	Habría difundido en sus redes sociales, publicidad en que daría a entender a los consumidores que, una vez asignados los conductores a través de su aplicativo, tomaría un menor tiempo en el recojo de los usuarios que su competencia, pese a que ello no sería cierto.
Descargos	El mensaje publicitario transmitido es que los conductores que usan Beat llegan dentro del tiempo indicado por la aplicación. El anuncio no señala que los conductores que usan Beat lleguen en menos tiempo que los conductores que usan otras aplicaciones y/o que Beat sería más rápido que sus competidores.
Resolución de la Comisión	La Comisión declaró fundada la denuncia contra Beat por la comisión de actos de engaño

(Resolución 077-2021/CCD-INDECOPI)	<p>consistente en la difusión de las afirmaciones que inducían a error, debido a que el anuncio cuestionado daba a entender a los consumidores que, una vez asignados los conductores a través de su aplicativo, tomaría un menor tiempo en el recojo de los usuarios que otros aplicativos.</p>
Resolución de la Sala (Resolución 0026-2022/SDC-INDECOPI)	<p>Dispuso revocar la resolución de la Comisión que declaró fundada la denuncia contra Beat Perú S.A. por la realización de actos de engaño, debido a que no se apreciaba que el mensaje difundido por la imputada consista en que los conductores que usan el aplicativo Beat recojan a los usuarios en un menor tiempo que los conductores que usan otros aplicativos, sino que los conductores que utilizan el aplicativo Beat llegan dentro del tiempo que se les informa a los usuarios.</p>

En el segundo caso

Expediente 0105-2018/CCD	<p>Denuncia contra Uber Perú S.A. y Uber B.V. por la presunta comisión de actos de competencia desleal en la modalidad de violación de normas.</p>
Imputación	<p>Ambas empresas no tenían autorizaciones, licencias o títulos para prestar el servicio de taxi (dispuestos por la Ordenanza 1684), lo cual les había generado una gran ventaja competitiva en el mercado del servicio de taxi.</p>

Descargos	Los aplicativos cumplen la función de conectar a conductores con usuarios solicitantes del servicio de transporte mediante su plataforma virtual. No están sujetas a la obtención de algún título habilitante por parte de la M. M. de Lima.
Resolución de la Comisión (Resolución 043-2019/CCD-INDECOPI)	Declaró improcedente la denuncia ya que las relaciones contractuales derivadas del uso del aplicativo se realizaban a favor de Uber B.V y no de Uber Perú. Uber B.V. informa claramente que el propósito de su aplicación móvil era contactar a una persona con un prestador/proveedor de un servicio de taxi.
Resolución de la Sala (Resolución 0084-2020/SDC-INDECOPI)	Confirma la resolución apelada en el extremo que declaró improcedente la denuncia. Confirma la resolución apelada en el extremo que declaró infundada la denuncia contra Uber B.V. ya que no presta el servicio de taxi;

De los dos casos en que hubo pronunciamientos de ambos órganos resolutivos del Indecopi se consideró a la empresa denunciada como sujeto de aplicación del D. Leg. 1044, lo cual es acertado. Como ya se señaló, para la aplicación de la norma que reprime la competencia desleal es irrelevante de que sea un intermediario o sea el que presente efectivamente el servicio de movilidad, lo que realmente importa es que realice una actividad económica en un determinado mercado.

Ahora bien, para atribuir responsabilidad administrativa por haber incurrido en una infracción administrativa a un administrado debe considerarse algunos requisitos que prevé el TUO de la LPAG, como el principio de causalidad, según el cual solo se tiene que sancionar a quien cometió la conducta infractora. Como lo señala Morón (2019):

No puede sancionarse a quien no realiza la conducta sancionable, pues en el ámbito administrativo no se sanciona al instigador o colaborador, salvo que esta conducta sea pre vista como falta propia. Del mismo modo, la Administración Pública no puede imputar a su arbitrio responsabilidades solidarias o subsidiarias, sino cuando la ley expresamente la ha previsto. (p. 445)

Además, debe considerarse que la responsabilidad administrativa en el ámbito del D. Leg. 1044 es objetiva, según lo señalado por el numeral 1 del artículo 7 de dicha norma, el cual establece: “La determinación de la existencia de un acto de competencia desleal no requiere acreditar conciencia o voluntad sobre su realización”.

Lo señalado hasta aquí implica que para atribuir a una empresa de taxi por aplicativo la comisión de un acto de competencia desleal tiene que evaluarse si es que efectivamente esta última fue el que cometió la conducta imputada, Así, se advierte que en el caso de publicidad engañosa se analizó el fondo, es decir si la afirmación publicitaria era falsa o inexacta, la controversia no se basó en la aplicación del D. Leg. 1044 en su participación como anunciante. En cambio, en el segundo caso, si se analizó la aplicación de dicha norma a una de las empresas.

De esta forma, se declaró infundada la denuncia debido a que Uber B.V. al no realizar el servicio de taxi no estaba obligado a cumplir las disposiciones de la ordenanza municipal. Ello coincide con lo señalado por Valencia -Dongo (2015), en el sentido de que “los aplicativos móviles, no son empresas que prestan el servicio de taxi y, por ende, no pueden cometer in fracciones de normas porque no están obligados a cumplirlas” (p. 1).

Sin embargo, este criterio no puede generalizarse ya que las empresas que administran plataformas digitales no solamente son susceptibles de incurrir en actos de violación de normas, sino en cualquier acto de competencia desleal.

III. PERTINENCIA DE CREAR NORMAS QUE REGULEN A LAS EMPRESAS DE TAXIS POR APLICATIVO

En la actual coyuntura en que la interacción consumidor-proveedor se realiza muchas veces de forma virtual, se requiere que las normas cuya finalidad sea brindar protección a los consumidores estén a la par de dicha realidad. En nuestro país, la norma más importante que recoge el mandato constitucional de protección a los consumidores: el Código del Consumidor entró en vigencia en el año 2010 cuando aún el comercio electrónico no tiene la trascendencia que actualmente ostenta. Ello ha ocasionado que las disposiciones de dicha norma, concebidas en el contexto de un “comercio tradicional” puedan presentar algunos vacíos lo cual puede ser contraproducente para los consumidores.

En el presente trabajo se han analizado dos casos puntuales: la responsabilidad que asumiría las empresas de taxi por aplicativo por las acciones realizadas por los taxistas y la obligación de que ellas cuenten con un libro de reclamaciones a pesar de que lo tengan en su página web. En ambos casos, parte la controversia surgió por el argumento de defensa de dichas empresas en el sentido de que no son proveedores debido a que no brindan el servicio de movilidad y porque ni el Código del Consumidor ni el Reglamento respectivo señalan expresamente la obligación de contar con el libro de reclamaciones en el mismo aplicativo.

Respecto al primer supuesto consideramos que, sin lugar a dudas, las empresas de taxi por aplicativo brindan un servicio a los consumidores por lo que deben ser considerados como proveedores. Y es que las salas del Tribunal del Indecopi no han emitido resoluciones contradictorias, sino que han aplicado dos normas con diferentes ámbitos subjetivos de aplicación: el Código del Consumidor y el D. Leg, 1044 y respecto al segundo caso, efectivamente se requiere realizar algunos reajustes con la finalidad” de cubrir aquellos vacíos que los órganos resolutores del Indecopi pudiesen encontrar al momento de aplicar las

disposiciones del Código del Consumidor cuando un consumidor denuncia a aquellas empresas por infracción a dichas normas.

En este sentido, es importante tener en cuenta la experiencia colombiana. En dicho país, la Superintendencia de Industria y Comercio consideró que el incumplimiento de las normas relacionadas con el transporte urbano de personas otorgaba una ventaja competitiva a las empresas de taxi por aplicativo, ya que estas no realizaron el proceso de autorización para prestar dicho servicio. Ello le permitía obtener una ventaja significativa sobre los proveedores de servicios de taxi al ingresar al mercado. Según la mencionada entidad, las normas eran aplicables a este tipo de plataformas. En el caso de Uber, ello le obligó a arrendar el vehículo con conductor como una forma de cumplir con la legislación colombiana. Según González-Ramírez (2024) el “Caso Uber” sacó a la luz “la necesidad de contar con un marco normativo claro y actualizado que aborde adecuadamente los aspectos legales y regulatorios de los servicios de transporte prestados a través de plataformas digitales” (pp. 12-13).

En México, las empresas de taxi por aplicativo son denominadas Empresas de Redes de Transporte (ERT), en el 2015, en la capital de dicho país “fueron reconocidas como una nueva categoría de transporte privado, sin que se establecieran restricciones a la oferta o al sistema tarifario, aunque sujeto a ciertos requisitos” (COFECE, 2016, p.3).

La regulación que ha tenido lugar en ambos países nos permite concluir que es una tarea urgente evaluar la adecuación del Código del Consumidor a las diferentes formas de comercio electrónica como el caso de las economías colaborativas que recurren a plataformas donde interactúan consumidores y proveedores (como el caso de los taxis por aplicativo), de tal manera que no se desproteja a los consumidores. Esa es la razón por la cual el Indecopi en el año 2021 publicó una propuesta normativa para regular el comercio electrónico en el Perú y una “Guía digital con recomendaciones para que los consumidores realicen compras seguras por Internet”.

Más allá de estas publicaciones, es necesario que los derechos reconocidos a los consumidores en el Código del Consumidor (como el de acceso a una información veraz, suficiente y oportuna, a recibir productos y servicios idóneos, a no ser discriminados, a que no sea expuesto a cláusulas abusivas, a la seguridad, entre otros) se adecuen a las nuevas formas de comercio, considerando que el uso de los medios electrónicos trae nuevos escenarios en que debe identificarse a quienes actúan como proveedores y consumidores y las relaciones de consumo que tienen lugar. Ello por ejemplo ha ocurrido con la reciente dación de la Ley N° 32495 (publicada en El Peruano el 11 de noviembre de 2025). Dicha ley modificó los artículos 150 y 151 del Código del Consumidor (relativos a la obligación de los proveedores de contar con un libro de reclamaciones y el aviso respectivo) y obliga a las plataformas digitales de comercio electrónico a tener un libro de reclamaciones. La vigencia de esta norma pone punto final a la controversia respecto a que, si estas empresas debían contar con un libro de reclamaciones a pesar de que el Código ni el Reglamento lo señalaban expresamente, aunque el Indecopi ya había tomado postura a favor de cumplir con la obligación.

Sin embargo, ello no quiere decir que necesariamente se tenga que crear nuevas normas, que es necesario es adecuar el Código del Consumidor a lo que ocurre en aquellos casos en que los consumidores recurren a las plataformas administradas por las empresas de taxis por aplicativo.

Así tenemos, el Proyecto de Ley N.º 842/2021-CR, presentado en 2021, el cual propone la regulación de las “empresas administradoras de intermediación del servicio privado de transporte especial a través de plataformas digitales”. Esta propuesta normativa inicialmente incurría en el error de equiparar el servicio brindado por las plataformas digitales con el que brindan los taxistas. Además, respecto a la responsabilidad administrativas en el artículo 5 señala:

Las empresas administradoras de intermediación de! servicio privado de transporte especial a través de plataformas tecnológicas son responsables, dentro de un proceso administrativo o de un proceso judicial, del servicio propio de su rol de intermediación tecnológica, por la

conducta omisiva o activa que de manera efectiva hubieran asumido o se encontrase de forma expresa en el ámbito de su control, de conformidad con el principio de causalidad en el procedimiento administrativo sancionador y los criterios de imputación del proceso judicial civil o pena

De dicha disposición no se advierte una propuesta efectiva. Es evidente el papel de intermediario de la empresa de taxi por aplicativo en la relación taxista-consumidor, lo que no afecta que sean considerados como proveedores y el principio de causalidad que se encuentra regulado en el capítulo del Procedimiento sancionador del TUO de la LPAG, norma que se aplica al procedimiento de infracción a las normas de protección al consumidor.

Lo señalado nos permite afirmar que toda modificación normativa tiene que proponer una regulación efectiva y tiene que ser evaluada por las diferentes entidades del Estado que tienen injerencia en el servicio de transporte urbano (entre otros: MTC, ATU, municipalidades e Indecopi).

IV. CONCLUSIONES

- El uso de aplicativos móviles en el servicio de taxi se basa en la economía colaborativa y constituye una forma importante y muy extendida de comercio electrónico.
- La inclusión de plataforma digitales en la prestación del servicio de taxi origina la posibilidad de que exista dos relaciones de consumo, ello a su vez da lugar a la posibilidad de que además de los taxistas, las empresas de taxi por aplicativo sean considerados como proveedores.
- Aunque no hay unanimidad en la doctrina en considerar a dichas empresas como proveedores, lo cierto es que sí los son ya que brindan un servicio a los consumidores; además de que la necesidad de proteger a los consumidores que utilizan cada vez más dichos aplicativos origina la pertinencia de que se opte por considerarlas como proveedores. Además, al realizar una actividad económica en el mercado a dichas empresas les es aplicable el DL 1044.

- No existen contradicciones en las resoluciones emitidas por las salas de protección al consumidor y de defensa de la competencia ya que el Código del Consumidor y el DL 1044 presentan distintos ámbitos de aplicación subjetivo.
- Las empresas de taxi por aplicativo no pueden excluirse unilateralmente de responsabilidad por la actuación de los taxistas que ellos recomiendan. Dependiendo de cada caso, se tendría que analizar dicha responsabilidad en términos de idoneidad a la luz de las garantías explícitas y legales.
- El desarrollo comercio electrónico exige modificaciones en el Código del Consumidor y de las normas del sector transporte que vayan a la par de los avances tecnológicos. Sin embargó, ello no quiere decir que necesariamente se tiene que aprobar una nueva norma que las regule.
- Dichas modificaciones son necesarias para la protección de los consumidores que utilizan medios electrónicos para celebrar relaciones de consumo con los proveedores.

BIBLIOGRAFÍA

- Comisión Europea (2016): Comunicación al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Científico Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones sobre una Agenda Europea para la economía colaborativa. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/ALL/?uri=CELEX:52016DC0356>
- Comisión Federal de Competencia Económica de México – COFECE (2016). La prestación del servicio de transporte de personas por medio de plataformas móviles. *Análisis de casos 2016*. <https://www.cofece.mx/la-prestacion-del-servicio-de-transporte-de-personas-por-medio-de-plataformas-moviles/>
- De la Rosa, M. (2020). La naturaleza de los aplicativos de movilidad. *Advocatus* (39).
- González- Ramírez, S. (2024). Usuarios de los servicios de transporte digital en Colombia: Un análisis desde el derecho del consumo. *Revista CES Derecho*. 15. (1). <https://dx.doi.org/10.21615/cesder.7435>
- Martín, M. (2017). Economía colaborativa y Protección del Consumidor. *Revista de Estudios Europeos* (70) Universidad de Valladolid. <http://www.ree-uva.es/>
- Meza (2021) El caso de UBER Perú: análisis de un acto El caso de UBER Perú: análisis de un acto de competencia desleal. *Revista de Derecho YACHAQ* (13).
- Morales, A. (2025) Conflictos en marketplaces: responsabilidad de plataformas digitales en relaciones de consumo modernas. *Ius et Praxis* (59).
- Morón. J. (2019). Copmentarios a la Ley del Procedimiento Administrativo general

Organización Mundial del Comercio. (s/f). la omc | Entender la OMC - Comercio electrónico.

https://www.wto.org/spanish/thewto_s/whatis_s/tif_s/bey4_s.htm

Ordóñez de Haro, J. (2019) Economía colaborativa y regulación: Un análisis prospectivo. Cuadernos Económicos (97). Universidad de Málaga

Rodríguez, G. (2016). Indecopi no viaja en Uber: protección al consumidor en la economía de pares. *Enfoque Derecho*.
<https://enfoquederecho.com/indecopi-no-viaja-en-uber-proteccion-al-consumidor-en-la-economia-de-pares/>

Valencia-Dongo, A. (2015). ¿Debe INDECOPI subirse al taxi o bajarse de él? *Bullard, Falla y Ezcurra Abogados*.
<https://bullardfallaezcurra.com/uncategorized-es/2015/07/06/debe-indecopi-subirse-al-taxi-o-bajarse-de-el/>

