



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES
ESCUELA PROFESIONAL DE DERECHO

“Responsabilidad Administrativa de los Proveedores de Servicio de Taxi a Través de
Plataformas Virtuales en el Perú”

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Abogada

AUTORA:

Jiménez Chinga Sandra Jazmín (ORCID: 0000-0001-8316-8615)

ASESOR:

Dr. Lugo Denis, Dayron (ORCID: 0000-0003-4439-2993)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Derechos De Familia, Derechos Reales, Contratos Y Responsabilidad Civil

PIURA – PERÚ

2020

DEDICATORIA

Son las mejores personas que Dios me pudo otorgar para guiarme en el recorrido de la vida, a ir por el buen camino, y que hoy he llegado hasta donde estoy gracias a su esfuerzo y amor infinito, mis padres.

A las personas que llegaron a darle un toque especial a mi vida, y ser mi mayor fuente de fortaleza y motivación, mi pequeña familia.

A todos ellos, por ser parte esencial de mi vida, les dedico el presente trabajo.

AGRADECIMIENTO

A Dios, por darme la fortaleza necesaria que permitió levantarme y seguir perseverando, aún en las peores caídas.

A mis padres Juana y Manuel, por su apoyo incondicional, estar siempre a mi lado, y confiar en todo momento que lo lograría.

Al Mg. Raúl Orlando Castro Quintana, porque con su metodología de enseñanza y dinámica, me ayudó a descubrir una interesante rama del derecho, la cual es Derecho del Consumidor.

Al Dr. Lugo Denis Dayron, quien con paciencia y dedicación me orientó y brindó sus conocimientos para lograr el desarrollo de la presente investigación.

ÍNDICE

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
INDICE.....	iv
RESUMEN	v
ABSTRACT	vi
I. INTRODUCCIÓN.....	7
II. MÉTODO	19
2.1. TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	19
2.2. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....	19
2.3. POBLACIÓN Y MUESTRA.....	23
2.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS, VALIDEZ Y CONFIABILIDAD.....	23
2.5. PROCEDIMIENTO	23
2.6. MÉTODOS DE ANÁLISIS DE DATOS	23
2.7. ASPECTOS ÉTICOS	26
III. RESULTADOS.....	27
IV. DISCUSIÓN	38
V. CONCLUSIONES	43
VI. RECOMENDACIONES	44
REFERENCIAS	45
ANEXOS.....	47

RESUMEN

Se han desarrollado diversos métodos de comercio electrónico donde está incluido el servicio de taxi a través de plataformas virtuales, materia de la presente investigación, por lo cual es necesario determinar si son sancionados administrativamente los proveedores que ofrecen el servicio de taxi ante la falta de idoneidad del mismo, ya que actualmente no se regula en nuestro país de manera específica el comercio electrónico, lo que puede desincentivar que el consumidor no utilice las plataformas virtuales.

La presente investigación tiene como objetivo general determinar y describir la responsabilidad administrativa por parte de los proveedores de servicio de taxi a través de plataformas virtuales en el Perú en el año 2018. Además tiene como objetivos específicos determinar mediante resoluciones de INDECOPI, si son sancionados administrativamente los proveedores por brindar servicios de taxi a través de plataformas virtuales en el Perú; además, como otro objetivo específico señalamos el de determinar en la Legislación Peruana, el marco legal para sancionar a proveedores de servicios de taxi que lo brindan a través de sus plataformas virtuales, y por último describir la responsabilidad administrativa por parte de los proveedores de servicio de taxi a través de plataformas virtuales en el Perú.

Para ello, se considera importante emplear diversos métodos para lograr lo esperado y manifestado en los objetivos, tomando en cuenta las variables, que la presente investigación cuenta. Por último, es importante mencionar que será realizada una entrevista a los proveedores de servicio de taxi a través de plataformas virtuales, las cuales nos ayudarán con el desarrollo y obtener resultados más exactos, del tema materia de investigación.

Proveedor, servicio, taxi, usuario, idoneidad.

Palabras clave: Responsabilidad administrativa, servicios, taxi, plataforma virtual

ABSTRACT

Various electronic commerce methods have been developed, including the taxi service through virtual platforms, subject of the present investigation, so it is necessary to determine if the suppliers that offer the taxi service are sanctioned due to lack of suitability. In the same way, it can no longer be regulated in our country.

The general objective of this research is to determine and describe the administrative responsibility of the taxi service providers through virtual platforms in Peru in 2018. Taxi services through virtual platforms in Peru; In addition, as another specific objective we point out to determine in the Peruvian Legislation, the legal framework to sanction the taxi service providers that provide through their virtual platforms, and finally, the administrative responsibility on the part of the service providers Taxi through virtual platforms in Peru.

For this, we have taken into account the variables, which in the present investigation counts. Finally, it is important to have an interview with the taxi service providers through virtual platforms, which help us with the development and get more accurate results, the subject of the investigation.

Provider, service, taxi, user, suitability.

Keywords: Administrative responsibility, services, taxi, virtual platform

I. INTRODUCCIÓN

Con la globalización, la tecnología ha evolucionado y desarrollado constantemente, por lo que tiene mayor importancia y abarca gran campo en diferentes ámbitos, entre uno de ellos se encuentra el comercio electrónico, el cual hace más fácil y asequible la adquisición de bienes y servicios para muchos usuarios, cuyo proceso lo realizan con solo un click.

En el mundo se está desarrollando el comercio electrónico e intercambio de productos, como una forma alternativa de consumo, por ello ahora las barreras que antes existían en los países y las brechas digitales han disminuido en gran cantidad, en consecuencia el comercio electrónico ha crecido a nivel global.

Ello ha traído problemas de tipo administrativo, colocando a muchos usuarios en una situación engorrosa e incómoda, por lo que diversos países están adaptando sus legislaciones para poder normar este tipo de comercio, ya que no solo abarca las fronteras del país, y tanto los consumidores como los proveedores no se encuentran en diferentes lugares del mundo.

En el Perú con el acceso a internet, la globalización y la presentación de nuevas formas de comercialización de productos y servicios por medio de plataformas virtuales, ha originado que cada vez existan mayores consumidores que emplean el comercio electrónico, debido principalmente a las facilidades de costos y los accesos. Es el caso de las plataformas digitales que permiten la contratación de servicios de transporte terrestre de personas, en este ámbito se presenta la problemática de la investigación la cual consiste en la falta de regulación prescriptiva sobre las responsabilidades administrativas de los intermediarios u operadores de plataformas virtuales en los sectores anteriores.

En el presente estudio se tendrá en cuenta los siguientes estudios realizados a nivel internacional:

En voz de Santos (2013) menciona que una forma innovadora de acceso al servicio de taxi es haciendo uso del navegador, ya que por este método se solicita el servicio de manera ágil, personalizada, transparente y cómoda, con tan solo tener la aplicación en su teléfono móvil, además por el hecho que estas aplicaciones proveen de tecnología de las flotas de taxi en la ciudad, se puede lograr tanto la localización del taxista más cercano de manera automática, como un mayor control de la calidad de servicio gracias a la identificación de clientes y taxistas.

Montalvo (2007) manifiesta que el desarrollo del comercio electrónico no solo se da en el Perú, sino también se da en diversos países, como es el mencionado caso de Ecuador,

sin embargo a diferencia de Perú, el referido cuenta con una mejor regulación y no solo se centra en una normativa para los compradores habituales, sino que hay diversas normas, las cuales regulan cada situación que se pueda dar entre los consumidores y proveedores, quedando amparado así los derechos de los consumidores a través de plataformas virtuales. A la vez, se toman en cuenta los siguientes estudios realizados a nivel nacional:

Quiroz (2018) manifiesta que cuando el consumidor ha encontrado defectos ya sea en el producto o servicio ofrecido por el proveedor, éste último será el que responda por ello, debido a la falta de idoneidad de los mismos. Según lo manifestado por el citado autor, el proveedor es quien responde por los defectos, ya que él es quien se encuentra en una preeminente postura para prevenir estas deficiencias, por tener mayor conocimiento con relación a la calidad y características de los productos o servicios que han sido ofertados en el ámbito económico.

Vaisman (2018) manifiesta que la noción tanto de consumidor como de proveedor ha ido evolucionando con el tiempo, ello debido a la evolución en el mercado, por ello en la actualidad se presencia consumidores de plataformas virtuales, los cuales adquieren tanto bienes como servicios a través de Internet y por otro lado proveedores que no solo lo hacen de manera habitual poniéndose en contacto con los consumidores, sino que también hacen uso de Internet para conseguir clientes de manera habitual.

Rodríguez (2015) refiere que no existe regulación respecto de los contratos electrónicos, por ende habrían muchos supuestos que quedarían sin regular en caso de alguna vulneración de los derechos del consumidor que hubiere hecho uso de este tipo de compra, lo cual es cierto, puesto que en la actualidad a pesar de los grandes avances electrónicos que existen, ello no tiene una norma específica donde establezca la debida regulación para cada caso en que hubiere algún tipo de conducta irregular realizada por el proveedor.

En este orden de ideas es válido señalar importantes conceptos y teorías vinculadas al tema. Se entiende que responsabilidad administrativa, es aquella que se genera ante el incumplimiento de las responsabilidades del proveedor o al ser lesionados de los derechos del consumidor, especialmente se presencia este tipo de responsabilidad cuando han sido infringidas las normas comprendidas en la Ley de Protección del Consumidor, dentro de un vínculo de consumo.

Según el artículo 2461 del Texto Único Ordenado de la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General, señala respecto de la responsabilidad administrativa, que ésta es tendenciosa, salvo en ocasiones previstas por leyes o decretos de naturaleza

legislativa, donde se disponga la existencia de responsabilidad tendenciosa, así se presencia el caso de la incumbencia administrativa de los abastecedores, regulado por la Ley N° 29571. Código de Protección y Defensa del Consumidor.

Quiroz (2018) hace mención respecto de la incumbencia de los abastecedores, la cual es tendenciosa, ya que para que ésta le sea atribuida, el consumidor que ha sido afectado tiene la obligación únicamente de demostrar la presencia de un defecto del bien o servicio prestado, a diferencia del proveedor, quien para quedar desligado de dicha responsabilidad, tendrá la imposición de demostrar, que no le es atribuible la carencia de idoneidad del producto o servicio que se le ha otorgado al consumidor.

Se percibe de esta lógica que es el proveedor que debe probar su ausencia de incumbencia, sin embargo, en estas eventualidades, no se puede examinar la intención del proveedor, es decir estimar su dolo o culpa, ya que nos encontramos ante una responsabilidad tendenciosa. Es por ello que cuando se dan ocasiones de responsabilidad justa de los proveedores, lo que será evaluado por la Administración Pública, es la perspicacia del hecho y el vínculo de causa del administrado, con el hecho detenido del cual va a derivar la multa.

La Ley para la Protección y Defensa del Consumidor, en su artículo 3, inciso b, define a un proveedor como una persona natural o jurídica que fabrica, prepara, manipula, ajusta, mezcla, prepara, vende o presta un servicio a un consumidor.

Son denominados proveedores a las personas naturales o jurídicas, quienes ejecutan tareas económicas, ya sea con la adquisición de bienes con el fin de introducirlos nuevamente en el mercado o prestando servicios, es decir consideramos de la misma manera a productores o fabricantes, los prestadores, los distribuidores o comerciantes, ya que si bien es cierto, cada uno de ellos tienen un grado de participación o de comercialización diferente, todos se vuelven responsables frente al consumidor por los daños, que se pudieran causar mediante los productos o servicios brindados en el ejercicio de su actividad comercial.

Además Carbajal (2008) manifiesta que son llamados proveedores, aquellos que ofrecen servicios habitualmente ya sea de venta de bienes o prestación de servicios, lo cual es realizado de diversas maneras.

Actualmente y según lo manifestado por el autor antes mencionado, se aprecia que no es necesario que el proveedor realice sus actividades en un establecimiento abierto al público, para ser considerado como tal, pues contamos con una tecnología avanzada y lo podemos hacer de manera electrónica, incluso sin tener contacto con el consumidor, es decir se puede ofrecer un producto o servicio mediante el comercio electrónico.

Carbajal (2008) aduce respecto de la relación de consumo que es aquel acto realizado por el consumidor y el proveedor, ya que intercambian ambos tanto un producto y servicio como el pago por ello, y es ejecutado de diversas maneras, como ya lo hemos venido abordando anteriormente.

Además, se hace mención acerca de la ventaja con la que cuenta el proveedor, ya que él es quien tiene mucha más información del producto ofrecido que el consumidor, por lo cual este último se encuentra en desventaja por contar con menor información del contenido o elaboración del producto o servicio, este desequilibrio y desventaja debe ser regulada para conseguir mejores relaciones de consumo, donde ambos se vean beneficiados y estén satisfechos con la operación realizada.

Asimismo, tenemos según la Ley N° 17.250 (2000) que respecto de la asociación de adquisición es aquella relación que se especifica entre el proveedor, quien será el encargado de proporcionar un artículo o prestar un servicio y quien lo obtiene o usa como destinatario final, de ello se puede deducir de manera clara y precisa que mientras el proveedor brinde un producto o servicio a los consumidores, existirá entre ambas partes un vínculo, y por ello una relación de consumo propiamente dicha.

Mita (1012) define además al consumidor como el “rey” ya que él es responsable de la existencia del vínculo de adquisición, pues tomará la importante decisión de comprar o no un artículo o servicio, por lo que el proveedor se debe adecuar a sus necesidades, es decir cumplir sus expectativas, además de crear mecanismos y servicios aptos para poder satisfacer completamente las necesidades del consumidor, pues de lo contrario y de no cubrir con los intereses de éstos.

Se entiende por servicio a todas las actividades que tienen por finalidad la prestación de servicios que son ofrecidos en el mercado, ello a cambio de una retribución.

Santos (2013) nos dice con respecto al servicio de taxi que es una modalidad de transporte público, el cual brinda un servicio rápido, puerta a puerta a los usuarios y a la vez les ofrece privacidad. Es aquel encargado de la captación de la demanda que no puede satisfacer ni el transporte público ni el privado. Por ello se dice que es un servicio imprescindible y necesario en las ciudades, que se ve complementado con los diversos sistemas de transporte público, con la finalidad de ofrecer una mejor movilidad y que se adapte a las diversas necesidades y exigencias de los ciudadanos.

Vaisman (2018) define las plataformas virtuales como aquellas que sirven como intermediarias, para facilitar transacciones económicas, además gracias a ellas se logra que

distintos agentes se conecten y coordinen para efectuar una transacción entre ellos. Entonces se entiende que es aquella que favorece la puesta en contacto entre el usuario y el proveedor, los cuales no es necesario que se encuentren en un mismo lugar al momento de la contratación y adquisición del servicio, ya que se da generalmente que los involucrados, se encuentran en diferentes lugares del territorio nacional o internacional, ya que este tipo de comercio traspasa fronteras.

Moliere (2011) define al comercio electrónico como la actual manera de comerciar, reduciendo tiempo y distancias con asociación al comercio tradicional, además actualmente se da con mucha más facilidad ya que la tecnología está al alcance de todos, e incluso los costos de estos productos son mucho más accesibles a diferencia de los costos impuestos en el comercio tradicional, además de hacerlo desde la comodidad del cualquier lugar en que nos encontremos.

Espinoza (2016) nos manifiesta que tanto el deber de idoneidad como de información son los pilares fundamentales para tutelar de manera efectiva los derechos del consumidor, además comparte sobre la doctrina brasileña que la protección del consumidor sirve como una herramienta para fortalecer las transacciones de mercado seguras y fuentes de suministro, con el fin de desarrollar normas sociales de confianza y certeza. En este sentido, la obligación de informar adecuadamente y el deber de informar, que recae en los prestadores de servicios, son los dos pilares básicos sobre los que prima la protección del consumidor.

Quiroz Reyna (2018) indicó que, de acuerdo a lo dispuesto en la primera parte del artículo 8 del Decreto Legislativo 716, se presume que una garantía implícita otorgada por el proveedor, respecto del bien o servicio objeto de la transacción comercial con los consumidores, conviene . para cuyo uso debían haber adquirido los bienes o servicios objeto del contrato, que también incluye un plazo razonablemente previsible.

Sin embargo, muchas veces los proveedores aprovechan del desconocimiento por parte de los consumidores para consignar tanto en sus términos y condiciones, como en los contenidos en documentos, envases, boletas, recibos, garantías, o instrumentos, información que excluye o limita de manera expresa los alcances de la garantía implícita, por lo que estas exclusiones o limitaciones, serán oponibles a los consumidores.

Por ello es que lo anteriormente mencionado es regulado en el Código de Protección y Defensa del Consumidor (2018), en su artículo 50 en su inciso a, donde acota que las cláusulas que excluyan de responsabilidad al proveedor, o donde sea trasladada al

consumidor la responsabilidad por los hechos u omisión del proveedor, será considerada como cláusulas abusivas de ineficacia absoluta.

De esta forma, se regula el contenido de los términos, de manera que no se vulneren los intereses de los consumidores, y se considera que los proveedores tienen una ventaja informativa de los productos o servicios que brindan, no limitan su responsabilidad, a través de ellos.

Además, la responsabilidad de probar la conformidad del producto recae en el proveedor del producto quien, mediante dicha prueba, debe determinar que el defecto no puede ser causado por causas relacionadas con la fabricación, comercialización o procesamiento.

Por lo tanto, es importante estipular que la responsabilidad de un proveedor por la falta de conformidad no constituye necesariamente una garantía contractual.

Respecto del deber de información, se estableció mediante el precedente de observancia obligatoria, el cual fue aprobado por la Sala de Defensa de la Competencia del Tribunal, con fecha 16.04.97, lo siguiente:

Que mediante Resolución N° 102-07/TDC-INDECOPI (1997), nos dice que son los proveedores los que tienen el deber de brindar toda información que sea relevante a disposición de los consumidores, acerca de los términos y condiciones de los productos y servicios que les han sido ofrecidos, de tal forma que aquélla sea conocida o conocible por los consumidores razonables, haciendo uso de su inteligencia ordinaria.

Para determinar qué beneficios y características deben incluirse en los términos de la operación, si las partes relevantes guardan silencio o si no se puede encontrar otra evidencia para demostrar lo que las partes realmente acordaron, se invocará la adquisición. Situaciones cubiertas y posibles elementos de uso aduanero y uso comercial. En circunstancias imprevisibles, sobre la base de un nivel razonable de expectativas del consumidor, las partes creerán que los bienes o servicios acordados son adecuados para los resultados que normalmente lograrían o para los que contratarían.

Asimismo, si existen circunstancias más allá de lo que un consumidor razonable esperaría normalmente, corresponde a los beneficiarios de la relación contractual probarlo. Es decir, si el consumidor alega que las características del producto o servicio deben ser mejores que las que normalmente se pueden esperar en una situación dada, esto deberá probarse al consumidor, en otras palabras, será el consumidor quien deberá probar que se

recomiendan anuncios adicionales o le brindan características adicionales o inusuales que van más allá de lo que normalmente espera.

Por el contrario, si el proveedor alega que las características de los bienes o servicios son inferiores a las esperadas en las circunstancias, el proveedor debe demostrar que el contrato se ha celebrado de tal manera que prevé condiciones favorables inferiores a las habituales, debe entenderse que la obligación de informar a los proveedores incluye la divulgación de toda la información relevante para permitir a los consumidores elegir la mejor decisión de consumo o el uso correcto de los bienes y servicios adquiridos.

Es importante además mencionar los “Derechos del Consumidor”, ya que esto es fundamental para el desarrollo de la presente investigación, para ello mencionamos que según el Código de Protección y Defensa del Consumidor (2018). Los consumidores cuentan con los siguientes derechos:

Se reconoce el derecho por el que la información recibida y accesible al consumidor debe ser tanto eficiente, oportuna como veraz, la cual sea relevante y propicia y de esta manera ayude a tomar una buena decisión o realizar una elección de consumo entre las diversas opciones que se puede encontrar en los productos y servicios, como para efectuar su adecuado consumo.

Por ello nos damos cuenta que los derechos estipulados en cuanto a la defensa del consumidor, por Indecopi, está relacionado con las diversas actividades realizadas útilmente por el consumidor, tomando siempre en cuenta el margen legal de lo permitido en el Perú.

Es menester mencionar que Indecopi es un organismo dedicado a la protección de los derechos de los consumidores, por ello está siempre alerta a la información que es brindada por los proveedores de los bienes y servicios ofrecidos.

Como otro punto a tratar es la legislación comparada, en el cual veremos de qué manera se regula el comercio electrónico en otros países.

Entonces es importante resaltar que el organismo a nivel nacional que regula las actividades entre los consumidores y proveedores, sin importar cuál sea el marco de la actividad es Indecopi, decimos esto, ya que se tutela tanto las actividades de telecomunicaciones, salud, alimentación, educación, con la finalidad que exista una tutela idónea hacia el consumidor.

Rivas (2017) menciona que, en Argentina, es regulada en la Ley 24.240, Normas de Protección y Defensa de los Consumidores, que, si bien no regula expresamente el comercio electrónico, lo hace a través del número asociado a la venta a distancia, debiendo el vendedor

informar por escrito al consumidor del derecho de desistimiento en cualquier documento presentado en relación con la venta al consumidor. Dicha información deberá ser enviada de manera clara y notoria. Por esta razón, el consumidor debe entregar los bienes al vendedor, pero el vendedor debe cubrir los costos relacionados.

Rivas (2017) acota que para Chile, al igual que para Perú, el comercio electrónico no está regulado por normas específicas. Si bien el comercio electrónico está incluido en las cifras de ventas a distancia, no lo encontramos en la Ley N° 19.496 - Normas de Protección de los Derechos del Consumidor, se cree que el desarrollo de este concepto, como en nuestro país, es más bien una teoría sobre el comercio electrónico ante la ley. Sin embargo, debe tenerse en cuenta que la normativa chilena permite el derecho de desistimiento en el caso de transacciones realizadas por medios electrónicos, lo cual es lo dispuesto en el artículo 3 bis de la citada persona jurídica, que se refiere a la modalidad de los contratos celebrados electrónicamente. fondos.

Del mismo modo, el comercio electrónico en los artículos 12 y 32 de la citada normativa asegura la ejecución de los contratos celebrados electrónicamente y las obligaciones de informar a los proveedores, con independencia de que se confirmen las condiciones generales de contratación en la publicación de la notificación al consumidor, o en relación con la Información sobre la celebración del contrato. Finalmente, en lo que respecta a la legislación chilena, es importante remitirse a lo dispuesto en las normas nacionales antes mencionadas sobre quién es la autoridad competente para resolver los conflictos derivados de los contratos comerciales electrónicos, ya que los jueces competentes en el artículo 50A serán los consumidores, comunidades de residencia donde la competencia de resolución de conflictos está asignada a las jurisdicciones donde residen los consumidores, principalmente en relación con empresas extranjeras.

Rivas (2017) Se hace notar que Colombia ha introducido la definición de comercio electrónico en términos de la definición de comercio electrónico en términos de la definición de comercio electrónico, por ejemplo, aquellos que proveedores y consumidores se han puesto de acuerdo para comercializar productos y servicios Realización de un negocio o comercial actividad, en el Capítulo VI de la Autoridad Regulatoria Colombiana denominado “Protección al Consumidor en el Comercio Electrónico” se realiza utilizando información de datos telemáticos. Además, en el artículo 50 de la legislación colombiana, que establece varias obligaciones específicas para los proveedores que entreguen bienes por medios electrónicos, también es importante señalar que en este artículo el alcance de esta

especificación se limita a la aplicación territorial, es decir. establece que el proveedor debe estar ubicado en el territorio del país.

Rivas (2017) para Ecuador, prevé la protección al consumidor en comercio electrónico en la Ley no. 2002-67 - En la Ley Ecuatoriana de Comercio Electrónico, Legislación sobre Firmas Electrónicas e Información de Datos, que la define como toda transacción comercial que puede realizarse a través de una red electrónica de información. Además, el Título III, Capítulo 2, especifica aspectos de la validez, exhaustividad y aceptación del contrato que pueden establecerse por acuerdo de las partes en forma de uno o más informes de datos.

Rivas (2017) señaló que Paraguay cuenta con una ley especial que regula el comercio electrónico, ya que el Congreso del mencionado país aprobó la regulación legal del comercio electrónico y los medios electrónicos de celebración de contratos a través de la Ley N° 4868/13. El artículo 2 de la Ley define comercio electrónico como toda transacción realizada electrónicamente por proveedores de bienes y proveedores de servicios a distancia. Cuando se trata de medios electrónicos, se refiere al uso de equipos electrónicos de procesamiento y almacenamiento de datos, transmisión por cables, medios ópticos, electromagnéticos conocidos o técnicamente equivalentes, la distancia, a su vez, se refiere a la transacción de bienes o servicios sin la necesidad de ambas partes estaría presente al mismo tiempo.

Rivas (2017) En Uruguay, sin embargo, no regula ningún aspecto vinculado al comercio electrónico, sino que solo menciona de manera general las obligaciones de los proveedores, derechos de los consumidores y protección de éstos ante cláusulas abusivas e incumplimiento de las garantías mínimas de un producto, ello se encuentra regulado en la Ley N° 17.250.

Rivas (2017) Por su parte Costa Rica, no regula de manera expresa el comercio electrónico, sin embargo en el artículo 40° de la Ley N° 7472 –Ley de Promoción de la Competencia y Defensa del Consumidor, agrupa la modalidad de venta a distancia.

Por último, encontramos que México reconoce y establece los derechos de los consumidores en las transacciones efectuadas a través del uso de medios electrónicos, ópticos o de cualquier tecnología, en su Ley Federal de Protección al Consumidor.

En Perú si bien es cierto no existe una regulación específica que discipline el comercio electrónico, sin embargo hay diversas normas, las cuales pueden adecuarse para lograr la regulación cuando se transgredan los derechos de los consumidores por diferentes

motivos, como la falta de idoneidad del producto o servicio, la ausencia de información, la cual es claramente obligación de los proveedores, etc.

En la Ley de Protección y Protección de los Derechos del Consumidor (2010), encontramos que su artículo 104 menciona la responsabilidad administrativa del prestador del servicio, en donde este último deberá responder administrativamente por falta de usabilidad o calidad, riesgos innecesarios o vacíos de información, etc. las infracciones contenidas en el código antes mencionado y en las normas complementarias de protección al consumidor en relación con bienes o servicios específicos. No obstante, si el proveedor puede acreditar la existencia de causas objetivamente justificadas por caso fortuito o fuerza mayor, hechos probados o conducta temeraria de terceros o del propio consumidor afectado. Además, la autoridad competente considerará si los términos propuestos por el proveedor del servicio son los medios o los resultados para analizar la idoneidad del servicio conforme al artículo 18.

Además, en el artículo 110 del Código de Protección y Defensa del Consumidor (2010), indica que el INDECOPI puede ser sancionado por las infracciones administrativas comprendidas en el artículo 108, esto lo puede hacer de diferentes formas, dependiendo de la gravedad de la infracción, encontramos que califican en tres frentes, comenzando por las infracciones leves, para las cuales una A la reprimenda será sancionada. o multa de hasta 50 UIT, seguida de una infracción grave con multa máxima de 150 UIT y finalmente una infracción muy grave con multa máxima de 400 UIT y cincuenta UIT. Las infracciones a las microempresas, multas que no excedan del 10% de sus ventas o ingresos brutos de toda actividad económica, deberán ser certificadas e irrepetibles, y el caso no afectará a la vida, salud o integridad del consumidor. Sin embargo, para las pequeñas empresas, la multa no puede exceder el 20% de los ingresos del infractor por ventas o ingresos brutos. Las sanciones administrativas antes mencionadas se aplican a los infractores sin perjuicio de las medidas adoptadas por el INDECOPI. medidas, además de la responsabilidad civil o penal que corresponda.

Respecto de los consumidores, se señala en el cuerpo normativo mencionado, en su artículo 1 denominado Derecho de los consumidores, que ellos poseen derechos como: Derecho a ser protegidos de manera eficaz, de los productos o servicios que configuren poner en riesgo la vida, salud e integridad física.

Además, se reconoce el derecho a la información, la cual debe ser suficiente, veraz y accesible y suficiente para que los consumidores entre las diferentes opciones de consumo

puedan decidir por una que se acomode a sus intereses, a la misma vez, ello debe servir para realizar un uso o consumo adecuado del producto o servicio por el que optó. También menciona el derecho que sean protegidos sus intereses económicos, frente a cláusulas abusivas, métodos comerciales coercitivos, prácticas análogas e información que claramente es inequívoca de manera interesada sobre productos o servicios. Además, se le reconoce a los consumidores, un trato equitativo, sin emplear la discriminación de ninguna índole.

Además, tienen derecho a la reposición del producto o servicio adquirido, así como su reparación, e incluso de acuerdo a las circunstancias, se podría realizar la devolución de la cantidad pagada. Los consumidores pueden elegir libremente entre los productos y servicios ofrecidos en el mercado, los cuales deben ser idóneos y deben poseer calidad. Los respalda también el derecho que reconoce que los procedimientos deben ser resueltos de ágil, y deben ser eficaces, con las mínimas formalidades que pudieran existir, además ellos deben ser gratuitos, en cuanto a la atención de reclamos y denuncias que sean realizadas por los consumidores ante las autoridades que se consideren competentes.

Además, se hace referencia al derecho a ser oído individual o colectivamente, para que los intereses de los consumidores puedan ser representados en instituciones públicas o privadas en materia de protección al consumidor, según lo permita el ordenamiento jurídico. Además, la norma expresa el concepto de usabilidad, es decir, la correspondencia entre las expectativas del consumidor y la recepción real, que es el momento de obtener un bien o servicio con base en lo que el proveedor brinda a los consumidores a través de publicidad o información donde lo divulgamos. También se evalúa la idoneidad teniendo en cuenta la naturaleza del producto o servicio ofrecido y la finalidad para la que se comercializa.

En cuanto a las obligaciones de los proveedores, se desprende del artículo 19 de la ley que, además de la autenticidad de la marca, el proveedor es responsable de la idoneidad y calidad de los productos o servicios entregados, así como de los dibujos visibles en su productos, incluido También faltará coherencia entre los proveedores encargados del tratamiento de la publicidad de productos y servicios. así como su contenido y la finalidad indicada en el envase.

Se formula como problema de investigación la siguiente interrogante: ¿Son sancionados administrativamente las empresas que brindan servicios de taxi a través de plataformas virtuales en el Perú en el año 2018?

Tenemos como justificación del estudio que si bien es cierto se han desarrollado diversos métodos de comercio electrónico donde está incluido el servicio de taxi a través de

plataformas virtuales, materia de la presente investigación, por lo cual es necesario determinar si son sancionados administrativamente los proveedores que ofrecen el servicio de taxi ante la falta de idoneidad del mismo, lo que puede desincentivar que el consumidor no utilice las plataformas virtuales.

La presente investigación tiene como objetivo general determinar y describir la responsabilidad administrativa por parte de los proveedores de servicio de taxi a través de plataformas virtuales en el Perú en el año 2018.

Además, tiene como objetivos específicos los siguientes:

Determinar mediante resoluciones de INDECOPI, si son sancionados administrativamente los proveedores por brindar servicios de taxi a través de plataformas virtuales en el Perú.

Determinar en la Legislación Peruana, el marco legal para sancionar a proveedores de servicios de taxi que lo brindan a través de sus plataformas virtuales.

Describir la responsabilidad administrativa por parte de los proveedores de servicio de taxi a través de plataformas virtuales en el Perú.

II. MÉTODO

2.1. TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Según el diseño de la investigación, se precisa que es descriptivo, esto debido que se describirán las variables de la presente investigación, además será documental, siendo que la investigación estará basada en resoluciones emitidas por INDECOPI, también se considera que es no- experimental ya que se basará en la descripción de las variables mas no en hacer un experimento de algún tipo, por último transversal porque será aplicado solo una vez.

Carrasco (2009) manifiesta respecto del diseño no experimental que éste es utilizado para conocer y analizar las características, rasgos, propiedades y las cualidades, ya sea de un hecho o fenómeno de la realidad, en un momento determinado del tiempo, donde se grafica de la siguiente manera



En donde:

X: muestra mediante la cual se adquiere información.

Y: información más relevante que adquirimos.

Z: conclusiones arribadas tras la investigación.

Así mismo Domínguez (2015), establece que la investigación no experimental observa los fenómenos tal como ocurren en su contexto natural para su posterior análisis. También tenga en cuenta las situaciones preexistentes en las que la variable dependiente no se puede controlar como sucede en la realidad.

2.2. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Para el presente estudio, tomamos como variables, las siguientes:

Como variable dependiente: Responsabilidad administrativa.

Como variable independiente: Plataformas virtuales.

Tabla 1. Operacionalización de variables

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	Instrumento	Escala.
RESPONSABILIDAD ADMINISTRATIVA	Se genera ante el incumplimiento de las obligaciones del proveedor o al ser lesionados de los derechos de los consumidores, especialmente se presencia este tipo de responsabilidad cuando han sido infringidas las normas comprendidas en la Ley de Protección del Consumidor, dentro de una relación de consumo.	Ayuda a tener un orden acerca cuáles son las obligaciones de los proveedores y claridad respecto de cómo es que se genera la responsabilidad administrativa.	DAÑOS	MATERIALES	-¿Ha realizado algún reclamo respecto a daños ocasionados al momento de recibir un servicio de taxi?	a) Siempre b) Casi siempre c) Nunca d) Casi nunca
				PERSONALES		
			IDONEIDAD	CALIDAD del servicio	-¿Considera que el servicio de taxi recibido por la empresa de taxi es idóneo?	a) Siempre b) Casi siempre c) Nunca d) Casi nunca
				GARANTÍA del servicio		
				PROTECCIÓN DE SERVICIO		
			INFORMACIÓN	PUBLICIDAD	- ¿Podría definir como transparente la información brindada por la empresa de servicio de taxi?	a) Siempre b) Casi siempre c) Nunca d) Casi nunca
				VERACIDAD		
				TRANSPARENCIA		

PLATAFORMAS VIRTUALES	Sirven como intermediarias, para facilitar transacciones económicas, además gracias a ellas se logra que distintos agentes se conecten y coordinen para efectuar una transacción entre ellos. Entonces se entiende que es aquella que favorece la puesta en contacto entre el usuario y el proveedor, los cuales no es necesario que se encuentren en un mismo lugar al	Permite realizar transacciones haciendo uso de la tecnología.	PAGO	EFFECTIVO	¿Qué tipo de medio de pago ofrece su empresa de servicio de taxi?	a) EFFECTIVO b) TARJETA b) AMBAS
				TARJETA		
			IDIOMA	ESPAÑOL	¿En qué idioma se puede visualizar su plataforma virtual de servicio de taxi?	a) ESPAÑOL b) OTROS
				Inglés / otro		
			RECLAMOS	Uso del LIBRO DE RECLAMACIONES	¿A usted se le entregó el libro de reclamaciones en físico, para formular su reclamo ante el proveedor de servicios al momento en que lo solicitó?	a) Siempre b) Casi siempre c) Nunca d) Casi nunca
				Nº DE RECLAMOS	¿Cuántos reclamos al año reciben como empresa de servicio de taxi a través de plataformas virtuales?	a) 1 a 100 b) 101 a 200 c) 201 a más
				Nivel de SEGUIMIENTO	¿Los proveedores de servicio de taxi a través de plataformas virtuales cumplen con absolver las quejas en los plazos establecidos por Ley?	a) Siempre b) Casi siempre c) Nunca d) Casi nunca

<p>momento de la contratación y adquisición del servicio, ya que se da generalmente que los involucrados, se encuentran en diferentes lugares del territorio nacional o internacional, ya que este tipo de comercio traspasa fronteras.</p>			SATISFACCIÓN del cliente	Aplicación de ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN	¿Después de haber culminado el servicio de taxi se le formuló algún cuestionario para medir su nivel de satisfacción con respecto al servicio brindado?	a) Siempre b) Casi siempre c) Nunca d) Casi nunca
			INFORMACIÓN DEL CHOFER	ANTECEDENTES POLICIALES	¿En su plataforma virtual se aprecia la información de los conductores?	a) Siempre b) Casi siempre c) Nunca d) Casi nunca
					¿Se puede identificar la información del conductor y del vehículo cuando se accede al servicio de taxi en su empresa?	
				ANTECEDENTES PENALES RECORD	¿Qué información de los conductores es consignada en su plataforma virtual y/o física?	a) Antecedentes Policiales b) Antecedentes del conductor c) Record del conductor d) Aptitud psicológica e) Domicilio del conductor
APTITUD PSICOLÓGICA						

2.3. POBLACIÓN Y MUESTRA

Hernández et al. (2004) declara que una población, es una colección de todos los casos con un conjunto común de normas. Es un conjunto de fenómenos en estudio, en el que las unidades de población tienen características comunes, que se estudia y es la fuente de datos de la investigación.

La presente investigación tiene como población o universo, los siguientes:

- Usuarios de servicios de taxi que ofrecen sus servicios a través de plataformas virtuales en el Perú.
- Resoluciones de INDECOPI.

Asimismo Hernández et al. (2004) define como muestra al conjunto de elementos, que serán los que representen a la población, materia de estudio.

La presente investigación tiene como muestra, los siguientes:

- 30 usuarios de servicios de taxi que brindan sus servicios a través de plataformas virtuales en el Perú.
- Dos resoluciones de INDECOPI.

2.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS, VALIDEZ Y CONFIABILIDAD

En la presente investigación, como técnica de estudio, se utilizó como instrumento la encuesta.

Además, como instrumento será utilizado el cuestionario estructurado de preguntas cerradas, además para la validez y confiabilidad del instrumento se recurrirá al juicio de expertos.

2.5. PROCEDIMIENTO

Paso 1. Las herramientas de recopilación de datos, como las encuestas, están listas para que las utilicen los usuarios de los servicios de taxi que se ofrecen en las plataformas virtuales.

Paso 2. Consultamos información de varias bibliotecas de derecho tanto físicas como virtuales para obtener la información requerida para este estudio de libros y revistas relevantes y finalmente interpretamos en consecuencia.

Paso 3. Obtuvimos información de comercio electrónico ya que cubre nuestras operaciones con servicios de taxi utilizando plataformas virtuales para conocer el origen de dichos servicios.

Paso 4: Recopilamos toda la información necesaria para encontrar una solución al problema, para ello se estudian diversos estudios, diarios legales y resoluciones, ya que garantizan los derechos del usuario del servicio de taxi, esto es necesario al momento de utilizar la red virtual. servicios proporcionados por la plataforma.

2.6. MÉTODOS DE ANÁLISIS DE DATOS

Utilizando el programa IBM SPSS versión 25, además de la presentación de tablas y gráficos, se utiliza para este estudio, métodos hermenéuticos, selección de información, interpretación de información y finalmente tabla de datos, Estadística y su correcta interpretación.

Según Cisterna (2005), dice que el método hermenéutico es el procesamiento de la información a partir de la triangulación hermenéutica, lo que quiere decir que es el acto de encuentro e intersección dialéctica de toda la información que conviene al objeto de estudio, obtenida de la investigación utilizando las herramientas adecuadas, constituye esencialmente un corpus de resultados de investigación.

Además, Cisterna (2005) menciona que la selección de información es un método de análisis de datos que nos permite distinguir entre útil y disponible, el cual debe tomar en cuenta dos criterios, el primero es la relevancia, la referencia solo considera el Comportamiento asociado a los encuestados, el segundo criterio se refiere a la relevancia que implicaría la repetición o certeza en relación con la pregunta que se formula.

Cisterna (2005) sostiene que la interpretación de la información es un momento hermenéutico, por lo que es un ejemplo de establecimiento de nuevos conocimientos en esta variante del paradigma. Si partimos de los elementos teóricos básicos, las posibilidades de realizar este proceso interpretativo son realmente altas para que podamos pensar orgánicamente y así lograr una sistematización y secuencia de argumentos.

Finalmente, se utilizará el programa IBM SPSS para realizar la tabulación de datos, como tabulador de informes para algunas tablas; cada variable de investigación será explicada en detalle. La presentación de los resultados se hará mediante tablas y gráficos y sus respectivas interpretaciones. Utilizando el programa IBM SPSS versión 25, los datos se procesaron y crearon en una hoja de cálculo y luego se transfirieron al programa apropiado, lo que resultó

en una tabla de frecuencia simple y porcentual con una estadística de confianza de 0,887, como se muestra en el siguiente cuadro.

Escala: DESARROLLO DE TESIS SPSS

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	15	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	15	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,887	9

2.7. ASPECTOS ÉTICOS

Se utilizarán los siguientes criterios:

Conocimiento y asentimiento: puesto que al participante se le brindará información tanto de los ítems y criterios que son aplicados en la presente investigación, para acreditar ello, suscribe en una hoja su asentimiento mediante su firma.

Riesgo: En el presente proyecto de investigación, no existe riesgo alguno, debido que éste está basado en el análisis de un hecho real, que no requiere la intervención del participante y por tanto no se puede presenciar daño físico alguno a causa del desarrollo de la presente investigación.

Normas APA: En la presente investigación serán aplicadas las normas APA, ello con la finalidad de mantener y respetar los derechos de autor y la originalidad de la misma.

III. RESULTADOS

Resoluciones de Indecopi

Para el desarrollo de la presente investigación, se ha creído conveniente analizar resoluciones de Indecopi, ya que nos ayudará a esclarecer si se toma o no en cuenta el deber de idoneidad al momento en que la autoridad resuelve, esto es importante en cuanto gracias a ello, podremos darnos cuenta si es o no tutelado adecuadamente los intereses de los usuarios de servicio de taxi a través de plataformas virtuales, en consecuencia y siendo el caso que los proveedores de este servicio de taxi al brindarlo no responda a las condiciones ofrecidas hacia los usuarios del mencionado servicio, sea sancionado administrativamente.

Tabla 2. Análisis de la Resolución N° 069-2019/CC3.

HECHOS	COMO RESUELVE LA AUTORIDAD
En la presente resolución N° 069-2019/CC3, tenemos como partes a la autoridad quien es la comisión de protección al consumidor N° 3, y al administrado quien es Taxibeat Perú S.A., en el procedimiento administrativo sancionador, por idoneidad, ya que el servicio brindado no respondió a las condiciones que inicialmente fueron ofrecidas a los consumidores, además de ello, se evidencia que la empresa en mención no cumplió con adoptar las medidas necesarias para garantizar la seguridad de los consumidores que utilizan el servicio brindado través de su plataforma virtual, pues en su proceso de selección de conductores no se habría requerido que los postulantes ni vehículos que cuenten con todas las habilitaciones requeridas por las normas sectoriales para la prestación del	Por ello la decisión de Indecopi es sancionar a Taxibeat Perú S.A con una multa de 83.2 UIT, ello por concepto de haber incumplido con el deber de idoneidad, ya que al consumidor se le ofreció una idea de calidad en la prestación del servicio a través de su publicidad e información transmitida, además se sanciona con una multa de 23.8 UIT, debido que incluyó tanto en la cláusula tercera como la décima de sus Términos y Condiciones, disposiciones, las cuales son abusivas, ya que mediante la tercera se exime de responsabilidad manifestando que Taxibeat no tiene responsabilidad legal de ningún tipo, tanto por los actos realizados, información no veraz y/o incumplimientos normativos, a lo cual responsabiliza en todo momento a los conductores. Además, en la cláusula décima indica que es el usuario del servicio quien asume el riesgo y

servicio de taxi, ni había previsto la actualización de los documentos del conductor o del vehículo por otro lado se presencian aquí cláusulas abusivas ya que Taxibeat Perú S.A., incluyó en sus términos y condiciones cláusulas en las que se trasladó la responsabilidad al consumidor por los hechos u omisiones del proveedor.	responsabilidad respecto de cualquier tipo de daño que pudiese sufrir como consecuencia el incumplimiento, hecho, acto u omisión por parte de los conductores que atienden los traslados solicitados a través de la Aplicación.
--	---

Fuente: Elaborado por Sandra Jazmín Jiménez Chinga.

Si bien sabemos que actualmente la tecnología se ha apoderado de todas las modalidades de comercio, por la presente resolución podemos darnos cuenta que entre una de ellas es el servicio de taxi, en cual es brindado a través de plataformas virtuales, el cual no existía anteriormente, sin embargo por ser que el servicio de taxi era adquirido de forma habitual en las calles.

Sin embargo la regulación de esta modalidad de servicio no se encuentra regulado en una normativa específica, por ello y como se puede evidenciar en la resolución N° 069-2019/CC3, existen empresas de taxi que brindan sus servicios a través de plataformas virtuales que se aprovechan de ello, infringiendo el deber de idoneidad, ya que consignan cláusulas abusivas dentro de sus términos y condiciones, aprovechando además que no se dan cuenta las autoridades no supervisan ni sancionan en la mayoría de casos esta modalidad de servicios.

Tabla 3. Análisis de la Resolución N° 070-2019/CC3.

HECHOS	COMO RESUELVE LA AUTORIDAD
En la presente resolución N° 070-2019/CC3, en el procedimiento administrativo sancionador, idoneidad y cláusulas abusivas, donde la autoridad es la comisión de protección al consumidor, y el administrado es Maxi Mobility Perú S.AC., en lo que respecta a la idoneidad,	Por ello la decisión de la comisión de protección al consumidor es sancionar a Maxi Mobility Perú S.AC., con una multa de 146.12 UIT, por lo que no adoptó las medidas necesarias para garantizar la seguridad de los consumidores, además se sanciona con una multa de 23.8 UIT, debido que incluyó en las cláusulas segunda,

<p>Por ello es importante recalcar que el proveedor en mención no cumplió con adoptar las medidas necesarias para garantizar la seguridad de los consumidores que utilizan el servicio que presta a través de su plataforma virtual.</p>	<p>tercera y octava de sus Condiciones Generales de Uso y Aviso Legal (Perú) disposiciones, las cuales califican como abusivas.</p>
--	---

Fuente: Elaborado por Sandra Jazmín Jiménez Chinga.

Como se puede apreciar por la resolución N° 070-2019/CC3, tenemos que Maxi Mobility Perú S.AC., ha infringido el artículo 18 del Código, donde se establece como idoneidad a la correspondencia entre lo que espera frente a lo que realmente recibe en función a lo que se le ha ofrecido al consumidor, la publicidad e información transmitida, además se establece en el artículo 19 del mismo cuerpo normativo, que son los proveedores quienes responderán por la idoneidad y calidad de los productos y servicios ofrecidos.

Es menester mencionar que si bien es cierto no existe norma alguna en la legislación peruana que regule la actividad de los aplicativos móviles de taxi y por ello existe garantía legal respecto de la idoneidad de esta modalidad de servicios, sin embargo, el derecho de los consumidores de recibir un servicio de intermediación idónea se transmite en lo que respecta a lo ofrecido por los proveedores, ya que ellos suelen brindar la idea de seguridad, ello con el propósito de ganar preferencia y confianza de los consumidores.

Asimismo tenemos que a diferencia de tomar algún taxi por la calle donde se desconoce la información del conductor y si cuenta o no con las licencias pertinentes al brindar el servicio, se entiende que el servicio de taxi brindado a través de plataformas virtuales, es elegido por el consumidor ya que éste garantiza una serie de procedimientos de selección, donde se valida la identidad y la capacidad del conductor, así como las condiciones mínimas para la prestación del servicio.

Además, para un correcto desarrollo de la presente investigación, son aplicados los instrumentos de recolección de datos, la cual es la encuesta aplicada a los usuarios de servicio de taxi que ofrecen sus servicios a través de plataformas virtuales, de lo cual se obtienen los siguientes resultados:

Respecto del instrumento aplicado, tenemos que fueron encuestados 30 usuarios de taxi que brindan sus servicios a través de plataformas virtuales, para lo cual se acudió a la Universidad César Vallejo y fueron encuestados alumnos de las diferentes facultades y

ciclos, que tuvieran la condición requerida y de esta manera aporten a nuestra investigación al contar con la experiencia necesaria.

En la presente investigación, se ha tomado como instrumento la encuesta, en la cual se formuló un total de 9 preguntas.

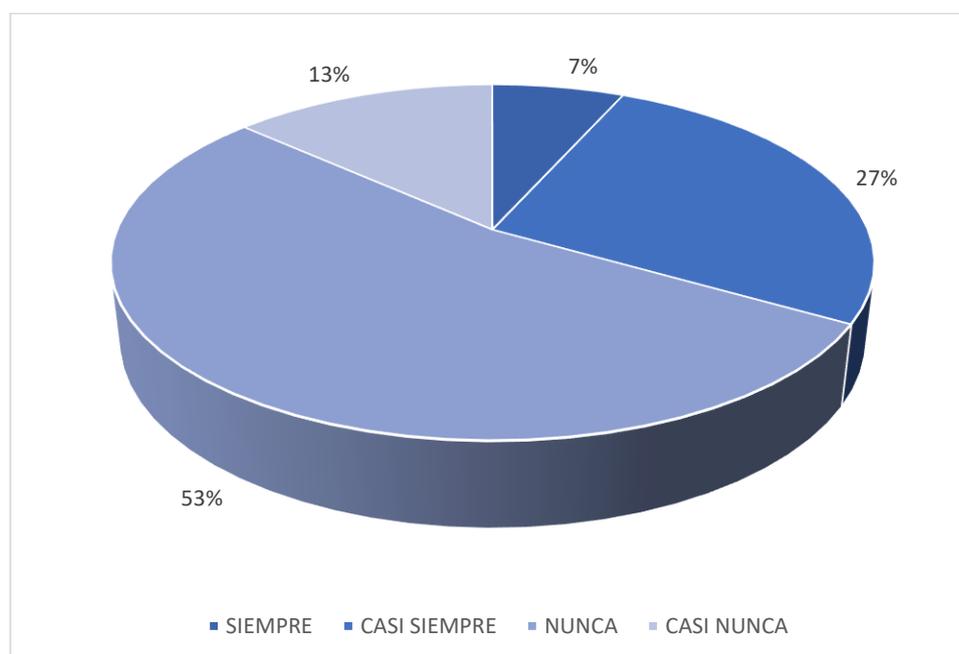
PREGUNTA N° 01: ¿Ha realizado algún reclamo respecto a daños ocasionados al momento de recibir un servicio de taxi?

Tabla 4. ¿Ha realizado algún reclamo respecto a daños ocasionados al momento de recibir un servicio de taxi?

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre	2	7%
Casi siempre	8	27%
Nunca	16	53%
Casi nunca	4	13%
TOTAL	30	100%

Fuente: Elaborado por Sandra Jazmín Jiménez Chinga.

Gráfico 1. ¿Ha realizado algún reclamo respecto a daños ocasionados al momento de recibir un servicio de taxi?



Fuente: Elaborado por Sandra Jazmín Jiménez Chinga.

Según lo obtenido, tenemos que el 100% de encuestados es de 30 personas, de las cuales, el

7% indican que SIEMPRE han realizado reclamos respecto a daños ocasionados al momento de recibir un servicio de taxi, siendo un total de 2 personas, el 27% indica que CASI SIEMPRE han realizado reclamos siendo un total de 8 personas; el 53% indica que NUNCA ha realizado reclamos, siendo un total de 16 personas; y el 13% manifiesta que CASI NUNCA ha realizado reclamos de este tipo, equivalente a las 4 personas restantes que fueron encuestadas.

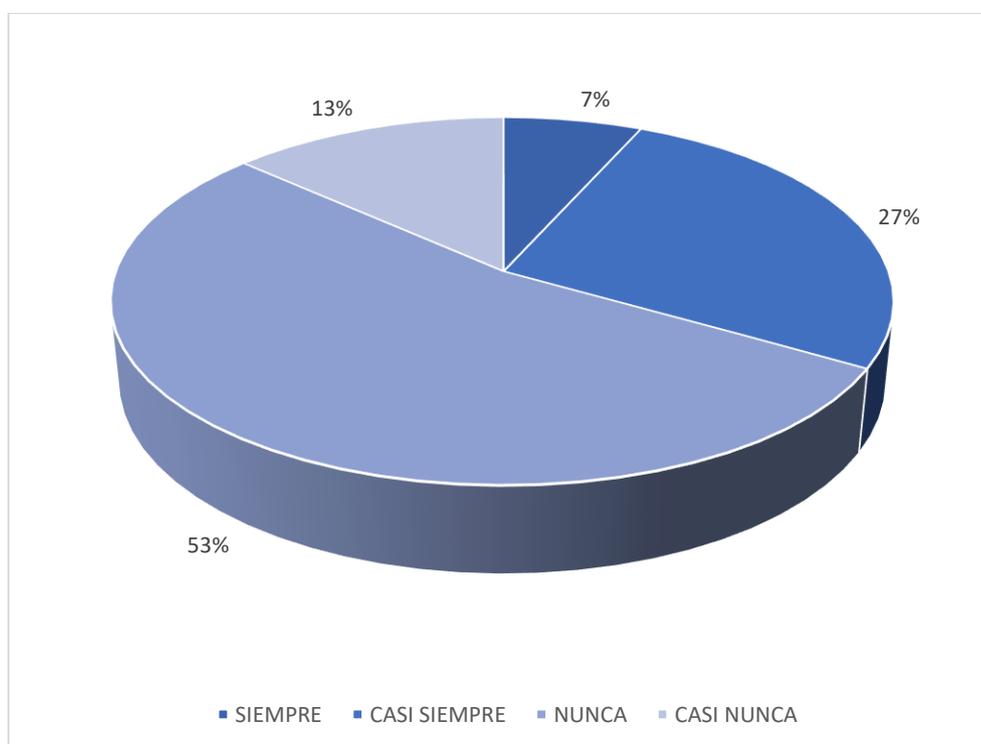
PREGUNTA N° 02: ¿La generalidad de reclamos se refieren a un tipo de daño personal?

Tabla 5. ¿La generalidad de reclamos se refieren a un tipo de daño personal?

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre	2	7%
Casi siempre	8	27%
Nunca	16	53%
Casi nunca	4	13%
TOTAL	30	100%

Fuente: Elaborado por Sandra Jazmín Jiménez Chinga.

Gráfico 2. ¿La generalidad de reclamos se refieren a un tipo de daño personal?



Fuente: Elaborado por Sandra Jazmín Jiménez Chinga.

Si bien es cierto, el 100% de encuestados es de 30 personas, de las cuales, el 7% indican que SIEMPRE han realizado reclamos respecto a daños ocasionados al momento de recibir un servicio de taxi, que corresponde a un total de 2 personas, el 27% indica que CASI SIEMPRE han realizado reclamos, perteneciente a un total de 8 personas; el 53% indica que NUNCA ha realizado reclamos, siendo un total de 16 personas; y el 13% manifiesta que CASI NUNCA ha realizado reclamos de este tipo, equivalente a las 4 personas restantes que fueron encuestadas.

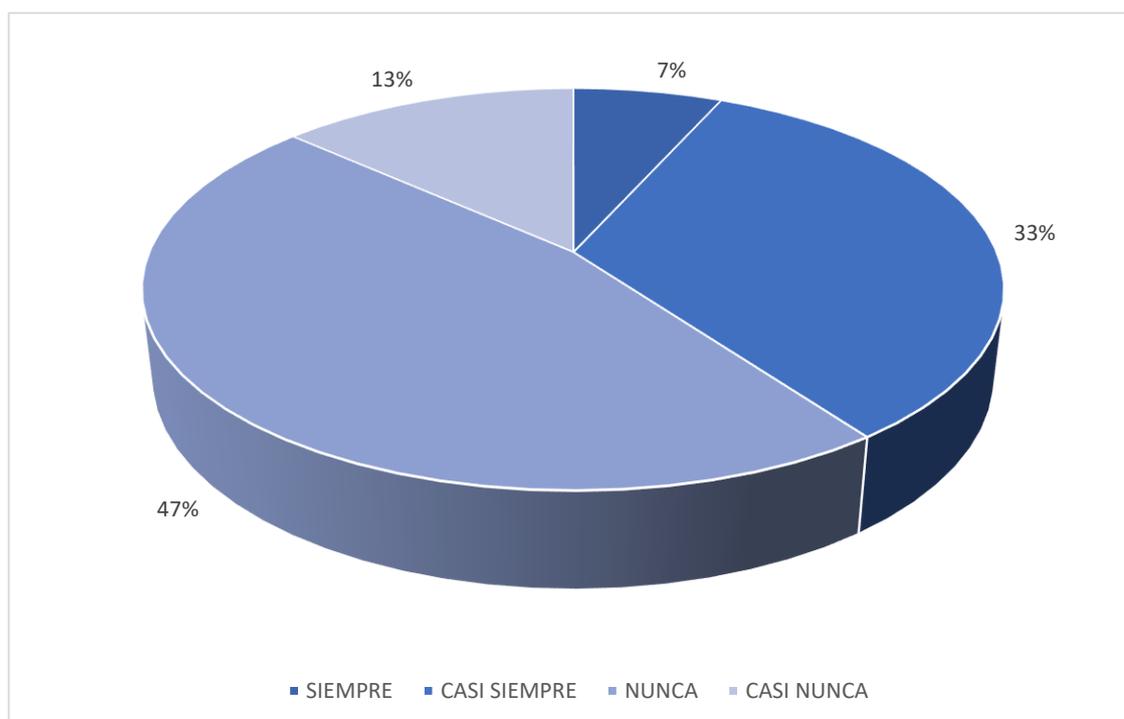
PREGUNTA N° 03: ¿La generalidad de reclamos se refieren a un tipo de daño material?

Tabla 6. ¿La generalidad de reclamos se refieren a un tipo de daño material?

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre	2	7%
Casi siempre	10	33%
Nunca	14	47%
Casi nunca	4	13%
TOTAL	30	100%

Fuente: Elaborado por Sandra Jazmín Jiménez Chinga.

Gráfico 3. ¿La generalidad de reclamos se refieren a un tipo de daño material?



Fuente: Elaborado por Sandra Jazmín Jiménez Chinga.

Encontramos que el 100% de encuestados es de 30 personas, de ello, el 7% indican que SIEMPRE han realizado reclamos respecto a daños ocasionados al momento de recibir un servicio de taxi, lo cual es equivalente a un total de 2 personas, el 33% indica que CASI SIEMPRE han realizado reclamos, siendo un total de 8 personas; el 47% indica que NUNCA ha realizado reclamos, equivalente a 16 personas; y el 13% manifiesta que CASI NUNCA ha realizado reclamos de este tipo, que corresponde a un total de 4 personas restantes que fueron encuestadas.

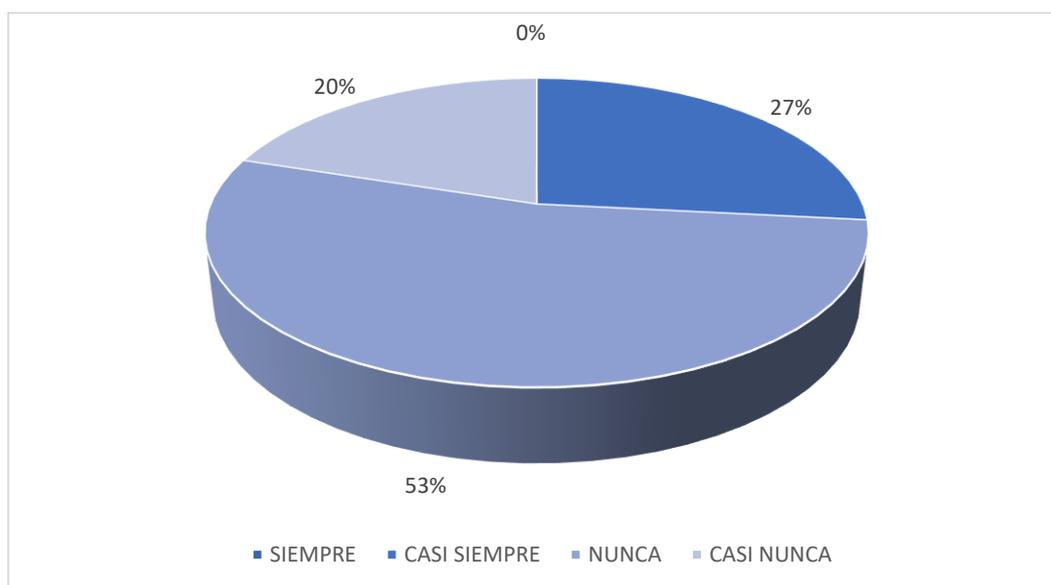
PREGUNTA N° 4: ¿El reclamo que presentó fue solucionado a tiempo?

Tabla 7. ¿El reclamo que presentó fue solucionado a tiempo?

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Casi siempre	8	27%
Nunca	16	53%
Casi nunca	6	20%
TOTAL	30	100%

Fuente: Elaborado por Sandra Jazmín Jiménez Chinga.

Gráfico 4. ¿El reclamo que presentó fue solucionado a tiempo?



Fuente: Elaborado por Sandra Jazmín Jiménez Chinga.

Con ello se muestra que, si bien es cierto, el 100% de encuestados es equivalente a 30 personas, se muestra como resultado que de ello; el 27% de los encuestados respondieron que CASI SIEMPRE su reclamo a tiempo, equivalente a 8 personas; además el 53% de los encuestados manifestaron que sus reclamos NUNCA fueron solucionados a tiempo, siendo

un total de 16 personas; y el 20% manifestó que CASI NUNCA sus reclamos fueron solucionados a tiempo, correspondiente a 6 personas.

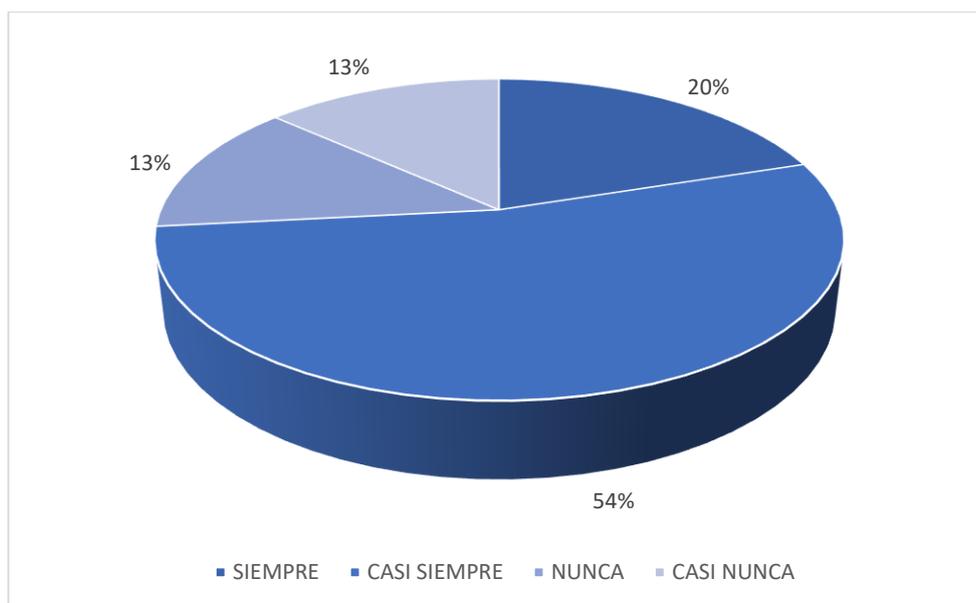
PREGUNTA N° 5: ¿Considera que el servicio recibido por la empresa de taxi es idóneo?

Tabla 8. ¿Considera que el servicio recibido por la empresa de taxi es idóneo?

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre	6	20%
Casi siempre	16	54%
Nunca	4	13%
Casi nunca	4	13%
TOTAL	30	100%

Fuente: Elaborado por Sandra Jazmín Jiménez Chinga.

Gráfico 5. ¿Considera que el servicio recibido por la empresa de taxi es idóneo?



Fuente: Elaborado por Sandra Jazmín Jiménez Chinga.

Se demuestra que del 100% equivalente a 30 personas, el 20% de los encuestados respondieron que consideran al servicio de taxi que brindan sus servicios a través de plataformas virtuales SIEMPRE es idóneo, siendo 3 personas optaron por esa alternativa; el 54% manifiesta que el servicio de taxi que brinda su servicio a través de plataformas virtuales CASI SIEMPRE es idóneo, correspondiente a 16 personas; el 13% de los encuestados manifestaron que NUNCA es idóneo, equivalente a 4 personas; y el 13% manifestó que CASI NUNCA el mencionado servicio es idóneo, correspondiente a las 4 personas restantes.

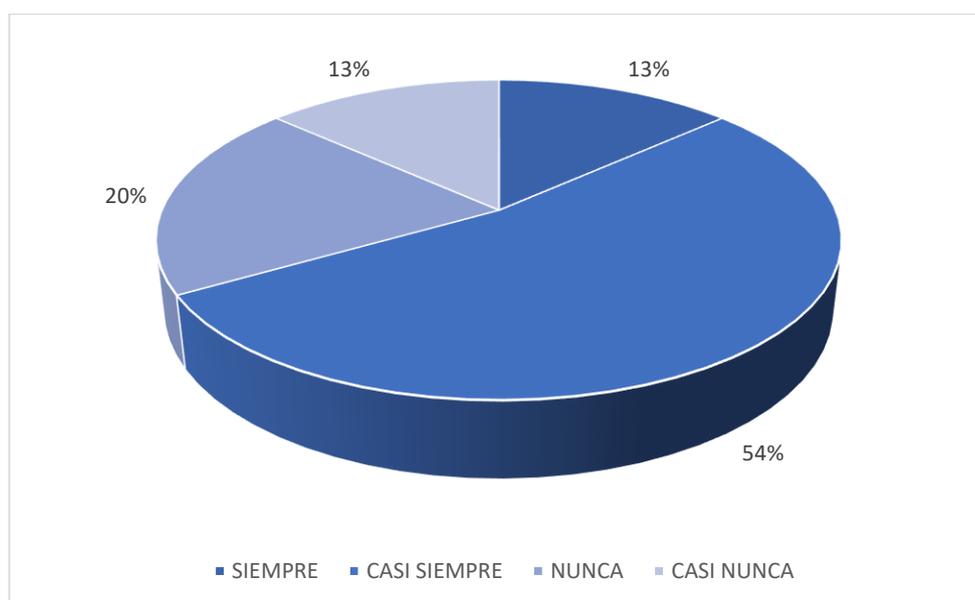
PREGUNTA N° 6: ¿La información brindada por las empresas de taxi es suficiente para que usted como usuario conozca los términos y condiciones del servicio ofrecido?

Tabla 9. ¿La información brindada por las empresas de taxi es suficiente para que usted como usuario conozca los términos y condiciones del servicio ofrecido?

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre	4	13%
Casi siempre	16	54%
Nunca	6	20%
Casi nunca	4	13%
TOTAL	30	100%

Fuente: Elaborado por Sandra Jazmín Jiménez Chinga.

Gráfico 6. ¿La información brindada por las empresas de taxi es suficiente para que usted como usuario conozca los términos y condiciones del servicio ofrecido?



Fuente: Elaborado por Sandra Jazmín Jiménez Chinga.

Tenemos que el 100% equivale a 30 personas, donde el 13% respondieron que la información brindada por la empresa de taxi SIEMPRE es suficiente para que como usuario conozca los términos y condiciones del servicio ofrecido, equivalente a 4 personas; el 54% manifiesta que CASI SIEMPRE es suficiente, equivalente a 16 personas; el 20% de los encuestados manifestaron que NUNCA es suficiente, donde 6 personas optaron por esta alternativa; y el 13% manifestó que CASI NUNCA es suficiente, equivalente a 4.

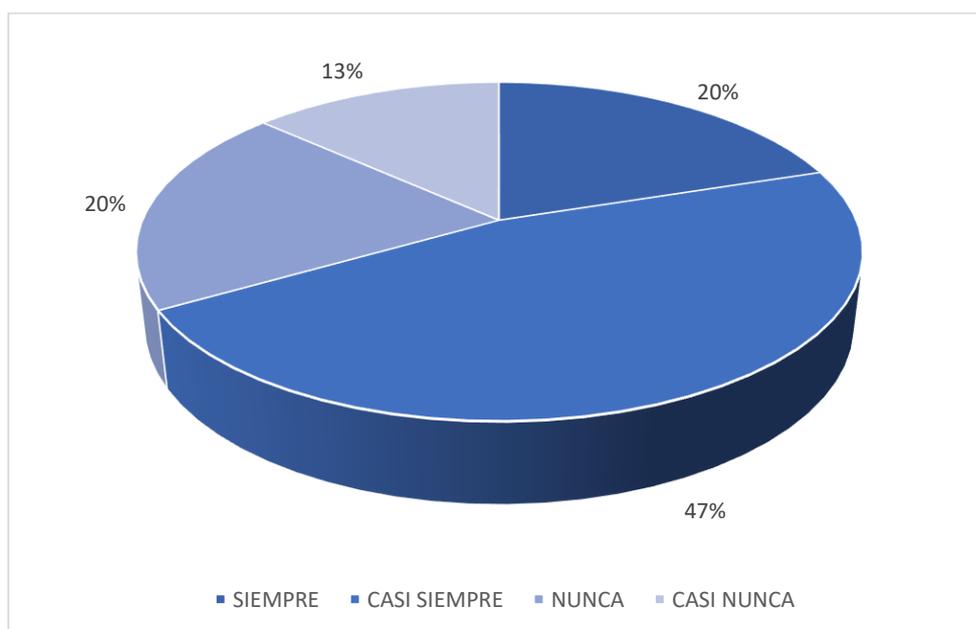
PREGUNTA N° 7: ¿Podría definir como transparente la información brindada por la empresa de servicio de taxi?

Tabla 10. ¿Podría definir como transparente la información brindada por la empresa de servicio de taxi?

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre	6	20%
Casi siempre	14	47%
Nunca	6	20%
Casi nunca	4	13%
TOTAL	30	100%

Fuente: Elaborado por Sandra Jazmín Jiménez Chinga.

Gráfico 7. ¿Podría definir como transparente la información brindada por la empresa de servicio de taxi?



Fuente: Elaborado por Sandra Jazmín Jiménez Chinga.

El 100% equivale a 30 personas, de ello el 20% de los encuestados respondieron que SIEMPRE la información brindada por la empresa de servicio de taxi es transparente, siendo que 6 personas optaron por esa alternativa; el 47% respondió que CASI SIEMPRE es transparente, correspondiente a 14 personas; el 20% que NUNCA es transparente, dado que 6 encuestados tuvieron esa respuesta; y el 13% que CASI NUNCA es transparente, equivalente a 4 personas.

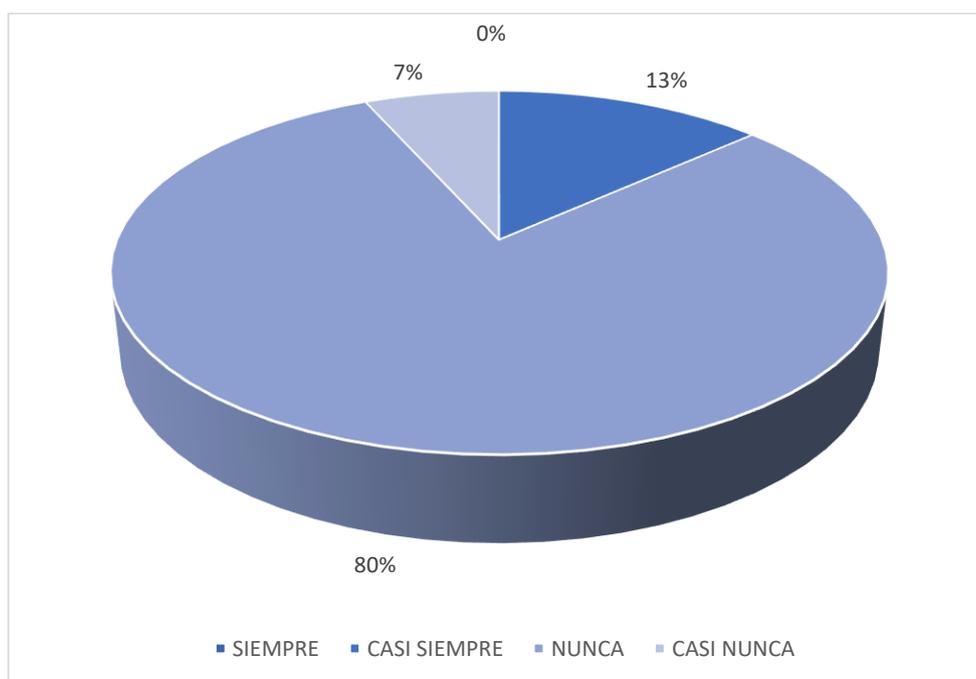
PREGUNTA N°8: ¿A usted se le entregó el libro de reclamaciones en físico, para formular su reclamo ante el proveedor de servicios al momento en que lo solicitó?

Tabla 11. ¿A usted se le entregó el libro de reclamaciones en físico, para formular su reclamo ante el proveedor de servicios al momento en que lo solicitó?

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Casi siempre	4	13%
Nunca	24	80%
Casi nunca	2	7%
TOTAL	30	100%

Fuente: Elaborado por Sandra Jazmín Jiménez Chinga.

Gráfico 8. ¿A usted se le entregó el libro de reclamaciones en físico, para formular su reclamo ante el proveedor de servicios al momento en que lo solicitó?



Fuente: Elaborado por Sandra Jazmín Jiménez Chinga.

Tomando en cuenta que el 100% corresponde a 30 personas, el 13% de los encuestados, respondieron que CASI SIEMPRE que solicitaron el libro de reclamaciones para formular un reclamo, éste le fue entregado, correspondiente a 4 personas; el 80% manifiesta que NUNCA les fue entregado, siendo que 24 personas optaron por esta alternativa; y el 7% manifestó que CASI NUNCA les fue entregado, equivalente a las 2 personas restantes.

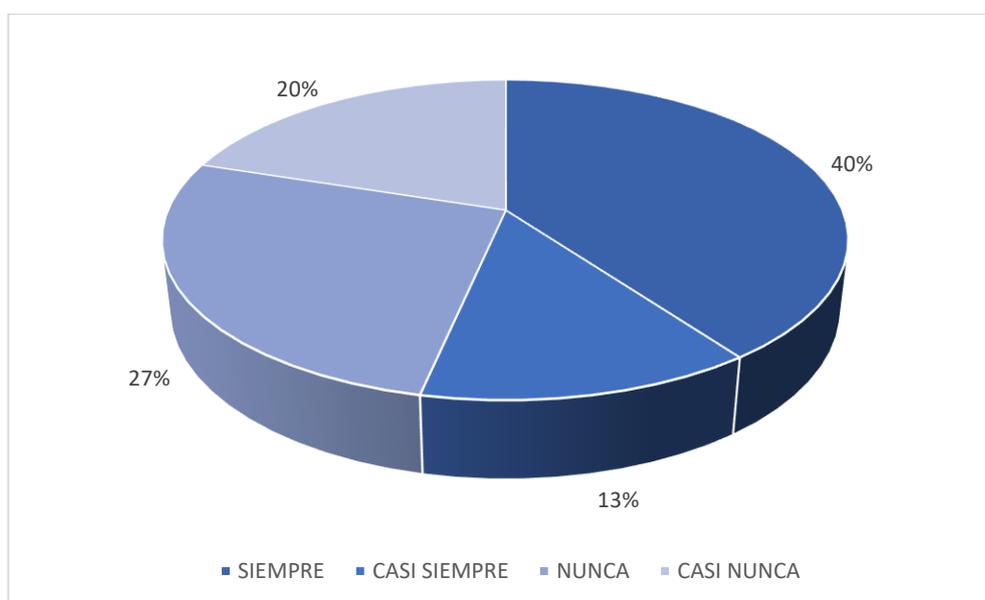
PREGUNTA N° 9: ¿Una vez culminado el servicio de taxi se le formuló algún cuestionario para medir su nivel de satisfacción con respecto al servicio brindado?

Tabla 12. ¿Una vez culminado el servicio de taxi se le formuló algún cuestionario para medir su nivel de satisfacción con respecto al servicio brindado?

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre	12	40%
Casi siempre	4	13%
Nunca	8	27%
Casi nunca	6	20%
TOTAL	30	100%

Fuente: Elaborado por Sandra Jazmín Jiménez Chinga.

Gráfico 9. ¿Una vez culminado el servicio de taxi se le formuló algún cuestionario para medir su nivel de satisfacción con respecto al servicio brindado?



Fuente: Elaborado por Sandra Jazmín Jiménez Chinga.

Considerando que el 100% de encuestados es de 30 personas, es importante precisar que el 40% de los encuestados, respondieron que SIEMPRE al culminar el servicio de taxi se le formuló un cuestionario para medir su nivel de satisfacción, perteneciente a 12 encuestados; mientras que el 13% manifestó que casi siempre culminado el servicio le era formulado un cuestionario, siendo un total de 4 personas las que optaron por esta alternativa; además el 27% de los encuestados manifestó que nunca les fue formulado un cuestionario, equivalente a 8 personas; y finalmente el 20% de encuestados manifestó que casi nunca les realizaron un cuestionario, equivalente a las 6 personas restantes que fueron encuestadas.

IV. DISCUSIÓN

En este apartado se discuten la totalidad de objetivos, tanto el objetivo general, como los objetivos específicos de la investigación titulada “Responsabilidad administrativa de los proveedores de servicio de taxi a través de Plataformas Virtuales”, en lo que se demostró lo siguiente:

Objetivo general: ¿Son sancionados administrativamente los proveedores que brindan servicios de taxi a través de plataformas virtuales en el Perú?

Como se ha podido observar en las resoluciones analizadas, podemos decir que los proveedores que brindan servicios de taxi si son sancionados administrativamente ante las acciones por las cuales se vulneran los derechos de los usuarios de este servicio, como lo son infringir el deber de idoneidad y el haber incluido en sus Términos y condiciones cláusulas abusivas.

Se acota que si bien es cierto no existe una normativa específica para regular todas las conductas realizadas por los proveedores de servicio de taxi, quienes lo brindan a través de plataformas virtuales, existen normas que encajan en estas conductas, para lo cual se puede recurrir a diferentes modalidades de interpretación, y de esta manera los proveedores no aprovechen su posición para vulnerar los derechos de los consumidores.

Entonces, de acuerdo al análisis de las resoluciones, decimos que tanto Taxibeat Perú S.A. como Maxi Mobility Perú S.AC., han sido sancionados administrativamente a causa de infringir el deber de idoneidad, ya que se encuentra regulado en el artículo 18 del Código de Protección al Consumidor, por el cual se establece que idoneidad es la correspondencia entre lo que espera frente a lo que realmente recibe, lo que además debe estar en función a lo que se le ha ofrecido al consumidor, publicidad e información transmitida,

De lo anteriormente mencionado, decimos que si bien es cierto los consumidores, al adquirir el servicio de taxi brindado a través de plataformas virtuales, espera como resultado tener seguridad, ya que mayormente cuando los servicios de taxi que son tomados en las calles, además de ser informales, se vuelven peligrosos, pues muchos delincuentes se escabullen en el papel de taxistas para lograr cometer el delito de robo, entonces es aquí donde entra a tallar el deber de idoneidad, ya que si bien el usuario espera un servicio seguro, los mencionados proveedores no cumplen con los procedimientos de selección que se

indican en sus plataformas virtuales, es decir no validan las identidades de los conductores, además de las licencias que requiere este servicio, es decir es inseguro, de ello se evidencia que la idea de seguridad ofrecida por los proveedores en sus plataformas virtuales, no es equivalente a lo recibido por el usuario, infringiendo así el deber de idoneidad,

Además del artículo 19 del mismo cuerpo normativo, que son los proveedores quienes responderán por la idoneidad y calidad de los productos y servicios ofrecidos, por ello es que fueron sancionados ambos proveedores, ya que ellos son los responsables de responder por el servicio.

Por otro lado, en lo que respecta a las cláusulas abusivas consignadas en los Términos y condiciones, ambos proveedores también recibieron una sanción, en cuanto ello está regulado en el artículo 50 de la Ley N.º 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor, en el literal a), por el cual se entiende que las cláusulas son consideradas cláusulas abusivas, aquellas que limitan y son desproporcionados para el ejercicio de los derechos al consumidor, ya que estas tienen naturaleza de cláusulas no aprobadas administrativamente, por tener como objetivo tanto reducir como suprimir las obligaciones de los proveedores.

Objetivo específico 1: Determinar mediante resoluciones de INDECOPI, si son sancionados administrativamente los proveedores por brindar servicios de taxi a través de plataformas virtuales.

Para responder a este objetivo, se analizaron 02 resoluciones de INDECOPI; las mismas que se resolvieron en la ciudad de Lima, durante el periodo 2019, de las cuales en las 02 resoluciones son sancionados los proveedores del servicio de Taxi, en cuanto se ha vulnerado el deber de idoneidad en los servicios de Taxi brindados a través de plataformas virtuales, durante la relación existente entre éste y el consumidor, ya que el servicio brindado no respondió a las condiciones que inicialmente fueron ofrecidas a los consumidores, además de ello, no cumplió con adoptar las medidas necesarias para garantizar la seguridad de los consumidores que utilizan el servicio en mención.

Además de ello, se consignaron cláusulas abusivas dentro de sus términos y condiciones, por las cuales se permitía tanto suprimir como reducir las obligaciones de los proveedores, por ello es que limitan el cumplimiento de los derechos de los consumidores.

Objetivo específico 2: Determinar en la Legislación Peruana, el marco legal para sancionar a proveedores de servicios de taxi que lo brindan a través de sus plataformas virtuales

Respecto de ello, podemos darnos cuenta gracias a la investigación realizada, que el servicio de taxi brindado a través de plataformas virtuales, el cual se está desarrollando a sobremanera en estos últimos años, debido al avance la tecnología, no está regulado en una normativa específica, donde cada situación y vulneración de derecho de los usuarios del servicio de taxi brindado a través de plataformas virtuales sea regulado, por lo tanto podemos acotar que existen muchos vacíos legales respecto de ello.

Sin embargo para tutelar los derechos de los consumidores, se ha recurrido a diferentes normativas, por los cuales se pueden encajar diferentes conductas y de esa manera no permitir que los proveedores de estos servicios se aprovechen de los vacíos legales.

Ello lo encontramos en los artículos siguientes, el deber de idoneidad se encuentra regulado en el artículo 18 del Código de Protección al Consumidor, en el cual se establece que es la correspondencia entre lo que espera frente a lo que realmente recibe, lo que además debe estar en función a lo que se le ha ofrecido al consumidor, la publicidad e información transmitida, al mismo tiempo respecto de los Términos y Condiciones, donde fueron consignadas cláusulas abusivas se encuentra regulada en el artículo 19 del mismo cuerpo normativo, ya que son los proveedores quienes responderán por la idoneidad y calidad de los productos y servicios ofrecidos.

Asimismo, el artículo 18 de la Ley de Protección y Protección al Consumidor establece que la idoneidad se refiere a la correspondencia entre lo que el consumidor espera y lo que realmente recibe con base en la información, términos y condiciones que ofrece, anuncios y transmisiones. Transacción, producto o servicio, precios, etc. características y carácter, teniendo en cuenta las circunstancias especiales del caso.

Por otra parte, el artículo 19 del Código establece que los proveedores son responsables de la idoneidad y calidad de los productos y servicios que presten, de la autenticidad de las marcas y de las leyendas que representen sus productos o logotipos que apoyen al proveedor del servicio, teniendo en cuenta el grado comercial, inconsistencia de los productos y servicios entre el anuncio y los mismos, y el contenido y vida útil del producto como se indica en el envase, según sea el caso. Con base en lo anterior, decimos que es importante promover el servicio y brindar información transparente a los usuarios que

utilizan el servicio, porque esta información determina en gran medida lo que los usuarios esperan al entablar una relación.

De lo mencionado anteriormente debo aclarar que si bien es cierto algunas conductas ilegítimas realizadas por los proveedores de servicio de taxi a través de plataformas virtuales encajan en algunas normativas, sin embargo no me parece propicio que no exista una normativa específica para ello, ya que así como hay conductas que pueden ser sancionadas, por el hecho de encajar en otras normativas a través de diferentes técnicas de interpretación de la Ley, hay otras que no, en cuanto existe vacío legal, por ello es necesario implementar en la Legislación Peruana, normativa para regular las conductas que se originan al momento de la relación de consumo del servicio en cuestión.

Objetivo específico 3: Describir la responsabilidad administrativa por parte de los proveedores de servicio de taxi a través de plataformas virtuales en el Perú.

Respecto de ella, decimos que la responsabilidad administrativa se origina cuando un consumidor ha sido afectado durante la relación de consumo, es decir existe la presencia de un defecto del servicio prestado, y debe ser él quien demuestre la presencia de este defecto para que le sea atribuido al proveedor del servicio de taxi quien brinda sus servicios a través de plataformas virtuales.

Esta modalidad de servicio es importante que esté regulada en una normativa específica, debido que muchos de los proveedores pueden alegar que existe un vacío legal al no querer aceptar su responsabilidad administrativa, por lo cual decimos que la población que utiliza este tipo de servicios, es vulnerable de sus derechos en la posición de usuarios, respecto de los proveedores, ya que como hemos visto a través de las resoluciones y encuestas, brindan un servicio de mala calidad, e infringen el deber de idoneidad, además de aprovechar a su favor, sin importarle los perjuicios que le causa a los consumidores y vulnerando sus derechos.

Entonces como se ha podido evidenciar tanto gracias al análisis de las resoluciones y de las encuestas realizadas, vemos que si es necesario que los proveedores de servicio de taxi sean sancionados en cuanto a lo que respecta a su responsabilidad administrativa, ya que no se debe desamparar los derechos de los consumidores por el simple hecho que no existe una legislación específica para su regulación, si no que se la norma debe ser interpretada de tal manera que encaje en cada situación que esta actividad.

V. CONCLUSIONES

Se concluye

- Si bien se ha tomado en cuenta 02 Resoluciones de INDECOPI, las mismas que han tenido un resultado sancionador hacia los proveedores de servicios de taxi que brindan sus servicios a través de plataformas virtuales, entre ellas Taxibeat Perú S.A. y Maxi Mobility S.A.C., ya que ambas infringieron tanto el deber de idoneidad, además de consignar cláusulas abusivas dentro de “Términos y Condiciones”. Es decir, si se ha determinado la existencia de responsabilidad administrativa por parte de los mencionados proveedores de servicios de taxi, por ello es que fueron sancionados, como éste hay muchos más casos que no son atendidos con la importancia que deberían o peor aún declarados infundados por los vacíos legales existentes.
- Respecto al Deber de Idoneidad como se ha analizado en las resoluciones y para este tipo de servicio será la correspondencia existente entre el servicio ofrecido por los proveedores de servicio de taxi a través de plataformas virtuales y la calidad del servicio que el usuario reciba, esto se medirá con el nivel de satisfacción del usuario. Para lo cual será el proveedor del servicio, quien responda por la afectación de los derechos del consumidor, siendo que para evitar ello, deberá brindar una adecuada información clara, veraz y concisa, al igual que ella sea brindada en un tiempo prudente en tanto el usuario sea conocedor de la información pertinente del servicio.
- Es importante que exista una normativa específica para el servicio de taxi realizado a través de plataformas virtuales, ya que, en la actualidad, gracias a los avances tecnológicos, existen cada vez más consumidores que emplean el comercio electrónico, debido principalmente a las facilidades de costos y los accesos y la seguridad que proporciona este tipo de servicio. Por ello, hay mucha más vulnerabilidad hacia los usuarios, debido que existen vacíos legales para las diferentes conductas indebidas realizadas por los proveedores.

VI. RECOMENDACIONES

- Se recomienda a INDECOPI seguir adelante en cuanto a la tutela de los Derechos del Consumidor, sin dejar de lado los servicios que son brindados a través de plataformas virtuales, ya que son éstas las que más se están dando en la actualidad.
- A los alumnos de la Universidad Cesar Vallejo interesados en este tema, que sigan con su investigación y aporten información relevante para que no se sigan vulnerando los derechos de los usuarios que utilizan los servicios de taxi brindado a través de plataformas virtuales.

REFERENCIAS

Aldana Ramos, Edwin (2016) “La responsabilidad del proveedor por la falta de idoneidad en bienes producidos en masa y su contraposición con el sistema de garantías contemplado en las normas de protección al consumidor”. Revista de Actualidad Mercantil. Lima, 2016, N° 4, pp.13-29.

Álvarez Amézquita David Felipe; Padilla Herrera, Julio Cesar; Garzón Zuluaga Andrea Liliana y Muñoz Hernández, Laura Yolanda (2009) “Proveedores de Servicios de Internet y de contenidos, responsabilidad civil y derechos de autor”. Studiositas. Colombia, 2009, pp. 51-64.

Araujo, S. V. (2018). Plataformas digitales que facilitan transacciones de consumo: Delimitación de responsabilidades de los proveedores frente a los usuarios finales en el marco del Derecho de Protección al Consumidor. Lima.

Aranzamendi Ninacondor, Z.L. (2015). Diseño del proyecto de investigación, estructura y redacción de la tesis. Lima: Grijley. (SP)

Carbajal, J. E. (2008). La protección al consumidor en la jurisprudencia del Indecopi. GRIJLEY.

Cárcamo Seminario R. (2017)- “Responsabilidad administrativa en el derecho Peruano de Protección al Consumidor”- Piura- (p. 110)

Carillo de Arellano, N. (2011). Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

Chaparro Manuel (2018) La contratación mediante plataformas virtuales: breve análisis de los contratos en los mercados colaborativos. Parthenon (Consulta: 11 de junio de 2019) <http://www.parthenon.pe/columnistas/bitacora-civil/la-contratacion-mediante-plataformas-vituales-breve-analisis-de-los-contratos-en-los-mercados-colaborativos/>

Código de Protección y Defensa del Consumidor. (02 de 09 de 2010). Obtenido de http://spijlibre.minjus.gob.pe/normativa_libre/main.asp

Dávila Pereyra L. (2016)- “Afectación al deber de idoneidad de servicios en los casos de retrasos de vuelos aéreos de los consumidores de acuerdo a las denuncias tramitadas ante Indecopi de la oficina regional de San Martín, periodo 2015”- San Martín- (p. 67)

Espinoza, J. E. (2006). Derecho de los Consumidores. RODHAS.

Murillo Chávez, Javier André (2016) "La Protección de los elementos Web a través de la Propiedad Intelectual, la Propiedad Industrial y la Represión de Competencia Desleal en el Perú"

En: Revista Foro Jurídico. Número XV - Agosto 2016, Lima: Foro Académico, pp. 113-157.
Moliere. (14 de Septiembre de 2019). Derecho Civil. Obtenido de <http://articulosleyesydeontologiajuriidica.blogspot.com/2011/03/elcontrato-electronico-derecho-civil.html>

Montalvo, M. V. (2007). El derecho del consumidor frente al comercio electrónico en el Ecuador. Ecuador.

Otiniano Castillo E. y Saavedra Taboada M. (2017)- "La idoneidad en la calidad de servicios en los contratos de consumo sector telecomunicaciones en la región Lambayeque 2014"- Lambayeque- (p.138)

Quiroz Reyna, G. (2018). Responsabilidad Administrativa en servicios de transporte aéreo de personas realizadas por medio de plataformas digitales. Lima.

Resolución N° 102-07/TDC-INDECOPI. (1997). Lima.

Rivas, M. F. (2017). La protección al consumidor frente al desarrollo del comercio electrónico en el Perú. Piura.

Rodriguez, A. X. (2015). Los contratos electrónicos como garantía de la seguridad jurídica de los consumidores en la Ley de Protección y Defensa al Consumidor N° 29571. Trujillo.

Saenz Dávalos Luis, "La Defensa del Consumidor en el derecho Constitucional" Revista Jurídica del Perú N° 42.

Santos, D. M. (2013). Análisis y dimensionamiento del servicio de Taxi. Barcelona.

Velín Montalvo Marx, (2017) "El Derecho Del Consumidor Frente Al Comercio Electrónico En El Ecuador"- Ecuador. (p.93)

ANEXOS

MATRIZ DE CONSISTENCIA LÓGICA

Tabla 13. Matriz de consistencia lógica.

TEMA	PROBLEMAS	OBJETIVOS	VARIABLES
RESPONSABILIDAD ADMINISTRATIVA DE LOS PROVEEDORES DE SERVICIO DE TAXI A TRAVÉS DE PLATAFORMAS VITUALES”	<p>General</p> <p>¿Son sancionados administrativamente los proveedores que brindan servicios de taxi a través de plataformas virtuales en el Perú?</p> <p>Específicos</p> <p>1. ¿Existen resoluciones de INDECOPI que demuestren que se hayan sancionado a los proveedores que brindan servicios de taxi a través de plataformas virtuales en el Perú?</p> <p>2. ¿Cuál es el marco legal en la Legislación Peruana para sancionar a proveedores que brindan servicios de taxi a través de plataformas virtuales?</p> <p>3. ¿Cómo se puede describir la responsabilidad administrativa de los proveedores de servicio</p>	<p>General</p> <p>Analizar si son sancionados administrativamente los proveedores que brindan servicios de taxi a través de plataformas virtuales en el Perú.</p> <p>Específicos</p> <p>1. Determinar mediante resoluciones de INDECOPI, si son sancionados administrativamente los proveedores por brindar servicios de taxi a través de plataformas virtuales en el Perú.</p> <p>2. Determinar en la Legislación Peruana, el marco legal para sancionar a proveedores de servicios de taxi que lo brindan a través de sus plataformas virtuales.</p>	<p>Variable independiente:</p> <p>Responsabilidad Administrativa</p> <p>Variable dependiente:</p> <p>Plataformas virtuales</p>

	de taxi a través de plataformas virtuales?	3. Describir la responsabilidad administrativa por parte de los proveedores de servicio de taxi a través de plataformas virtuales en el Perú.	
--	--	---	--

Cuadro 4. Matriz de consistencia lógica.



CONSTANCIA DE VALIDACION

Yo, Cristian Jurado Fernandez con DNI N° 17614492 registrado con código N° ANR 17614492 de profesión abogado desempeñándome actualmente como Docente Universitario; en la Universidad César Vallejo (docente); por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación los instrumentos: "Entrevista a operadores del derecho"

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

ENTREVISTA DE OPERADORES DEL DERECHO	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad					X
2. Objetividad					X
3. Actualidad					X
4. Organización				X	
5. Suficiencia					X
6. Intencionalidad					X
7. Consistencia					X
8. Coherencia					X
9. Metodología					X

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura 05 de Julio del 2019.

Apellidos y Nombres : Jurado Fernandez Cristian

DNI : 17614492

Especialidad : Gestión Universitaria

E-mail : crisjufer2@gmail.com

Dr. Cristian A. Jurado Fernández
CPPe. N° Reg. 1617614492

CONSTANCIA DE VALIDACION

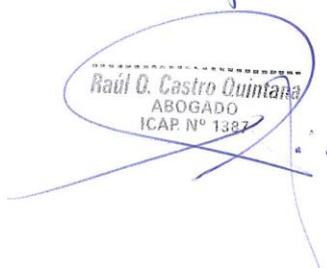
Yo, Raúl Orlando Castro Quintana con DNI N° 40629656 registrado con código N° ANR _____ de profesión Abogado desempeñándome actualmente como Docente Universitario; en la Universidad César Vallejo Píura; por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación los instrumentos: "Encuesta a los proveedores que brindan servicios de taxi a través de plataformas virtuales"

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

ENTREVISTA DE OPERADORES DEL DERECHO	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
	E	E			E
1. Claridad					y
2. Objetividad					x
3. Actualidad					x
4. Organización					x
5. Suficiencia					x
6. Intencionalidad					x
7. Consistencia				x	
8. Coherencia					x
9. Metodología					y

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura OB de Julio del 2019.

Apellidos y Nombres : Castro Quintana Raúl Orlando
 DNI : 40629656
 Especialidad : Civil, comercial, consumidor
 E-mail : raul.castroquintana@gmail.com



CONSTANCIA DE VALIDACION

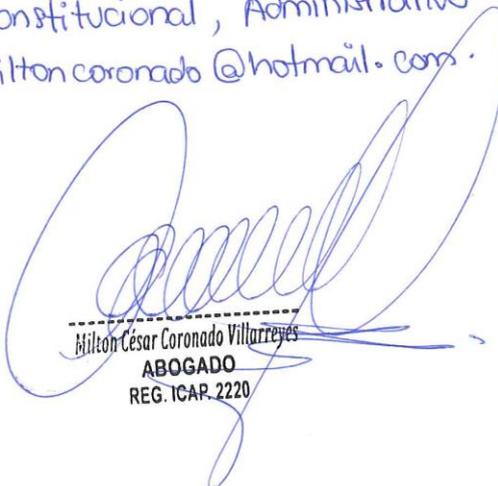
Yo, Milton Cesar Coronado Villarreyes con DNI N° 41359069 registrado con código N° ANR _____ de profesión Abogado desempeñándome actualmente como Docente Universitario; en la Universidad Cesar Vallejo Filial Piura; por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación los instrumentos: "Encuesta a los proveedores que brindan servicios de taxi a través de plataformas virtuales"

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

ENTREVISTA DE OPERADORES DEL DERECHO	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
	E	E			E
1. Claridad					X
2. Objetividad					X
3. Actualidad					X
4. Organización					X
5. Suficiencia				X	
6. Intencionalidad					X
7. Consistencia					X
8. Coherencia					X
9. Metodología					X

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura 09 de Julio del 2019.

Apellidos y Nombres : Coronado Villarreyes Milton Cesar
 DNI : 41 35 9069
 Especialidad : Constitucional, Administrativo
 E-mail : milton.coronado@hotmail.com



Milton Cesar Coronado Villarreyes
ABOGADO
 REG. ICAP. 2220

6. Intencionalidad	Adecuado para valorar las dimensiones del tema de la investigación												
7. Consistencia	Basado en aspectos teóricos-científicos de la investigación												
8. Coherencia	Tiene relación entre las variables e indicadores												
9. Metodología	La estrategia responde a la elaboración de la investigación												

INSTRUCCIONES: Este instrumento, sirve para que el **EXPERTO EVALUADOR** evalúe la pertinencia, eficacia del Instrumento que se está validando. Deberá colocar la puntuación que considere pertinente a los diferentes enunciados.

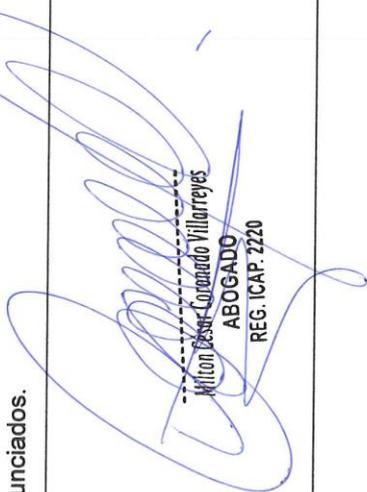
Piura, 09 de Julio de 2019.

Nombre: Milton Cesar Coronado Villarreyes

DNI: 41359069

Teléfono: 968415074

E-mail: milton.coronado@hotmail.com


 Milton Cesar Coronado Villarreyes
 ABOGADO
 REG. ICAP. 2220

MATRIZ DE CONSISTENCIA METODOLÓGICA

Tabla 14. Matriz de consistencia metodológica.

TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	POBLACIÓN Y MUESTRA	INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN	CRITERIOS DE VALIDEZ Y CONFIABILIDAD
<ul style="list-style-type: none"> - Descriptiva explicativa - No Experimental 	<p>La presente investigación tiene como población los usuarios de servicios de taxi a través de plataformas virtuales en el Perú.</p> <p>Y tiene como muestra 30 usuarios de servicios de taxi a través de plataformas virtuales en el Perú.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Resoluciones de INDECOPI. - Encuestas realizadas a los usuarios que hacen uso de servicios de taxi a través de plataformas virtuales. 	<p>Validación por consulta de expertos.</p>

Cuadro 5. Matriz de consistencia metodológica.

ENCUESTA DIRIGIDA A USUARIOS ACERCA DE SERVICIOS DE TAXI A TRAVÉS DE PLATAFORMAS VIRTUALES

Objetivo: Analizar las opiniones de los usuarios para determinar la responsabilidad administrativa de los proveedores en el servicio de taxi a través de plataformas virtuales.

Consigna: La encuesta que se realiza, pretende analizar las opiniones de los usuarios para determinar la responsabilidad administrativa por parte de los proveedores de servicio de taxi a través de plataformas virtuales. Para ello la sinceridad en sus respuestas, tendrá un gran aporte respecto de la presente pretensión.

Datos Generales del usuario encuestado:

Tiempo como usuario de servicios de taxi a través de plataformas virtuales: -----

A continuación, se presencian diversas particularidades que caracterizan a la responsabilidad administrativa de los proveedores de taxi que brindan sus servicios a través de plataformas virtuales. Marque con una X las proposiciones que en su criterio distinguen.

=====

- 1) ¿Ha realizado algún reclamo respecto a daños ocasionados al momento de recibir un servicio de taxi?
 - Siempre.
 - Casi siempre.
 - Nunca.
 - Casi nunca.

- 2) ¿La generalidad de reclamos se refieren a un tipo de daño personal?
 - Siempre
 - Casi siempre.
 - Nunca.
 - Casi nunca.

- 3) ¿La generalidad de reclamos se refieren a un tipo de daño material?
 - Siempre
 - Casi siempre.
 - Nunca.
 - Casi nunca.

- 4) ¿El reclamo que presentó fue solucionado a tiempo?
 - Siempre
 - Casi siempre.
 - Nunca.
 - Casi nunca.

- 5) ¿Considera que el servicio recibido por la empresa de taxi es idóneo?
- Siempre
 - Casi siempre.
 - Nunca.
 - Casi nunca.
- 6) ¿La información brindada por las empresas de taxi es suficiente para que usted como usuario conozca los términos y condiciones del servicio ofrecido?
- Siempre
 - Casi siempre.
 - Nunca.
 - Casi nunca.
- 7) ¿Podría definir como transparente la información brindada por la empresa de servicio de taxi?
- Siempre
 - Casi siempre.
 - Nunca.
 - Casi nunca.
- 8) ¿A usted se le entregó el libro de reclamaciones en físico, para formular su reclamo ante el proveedor de servicios al momento en que lo solicitó?
- Siempre
 - Casi siempre.
 - Nunca.
 - Casi nunca.
- 9) ¿Una vez culminado el servicio de taxi se le formuló algún cuestionario para medir su nivel de satisfacción con respecto al servicio brindado?
- Siempre
 - Casi siempre.
 - Nunca.
 - Casi nunca.

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!