

RESOLUCIÓN FINAL N.º 085-2017/CC3

| | | |
|--------------|---|--|
| EXPEDIENTE | : | 121-2016/CC3 |
| AUTORIDAD | : | COMISIÓN DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR N.º 3 (Comisión) |
| ADMINISTRADA | : | UBER PERÚ S.A. ¹ (UBER) |
| MATERIA | : | PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO SANCIONADOR INFORMACIÓN RELEVANTE |
| ACTIVIDAD | : | OTRAS ACTIVID. DE TIPO SERVICIO N.C.P. |
| SANCIÓN | : | 12.5 UIT (Artículo 2 del Código de Protección y Defensa del Consumidor) |

SUMILLA: Se sanciona a UBER PERÚ S.A., por haber incurrido en infracción a lo establecido en el artículo 2 del Código de Protección y Defensa del Consumidor, toda vez que no cumplió con su obligación de brindar a los consumidores información relevante para una adecuada decisión de consumo, dado que omitió informar -en su aplicación móvil- que los servicios brindados a través de la misma podrían cobrarse, por los bancos emisores de las tarjetas de crédito o débito -cuando éstas se utilizan como medios de pago- en una moneda distinta a la informada.

Lima, 13 de julio de 2017

I. ANTECEDENTES

1. En el marco de las acciones de supervisión y fiscalización desarrolladas por la Secretaría Técnica de la Comisión de Protección al Consumidor N.º 3 (Secretaría Técnica), mediante Memorando N.º 283-2016/CC3 de fecha 11 de agosto de 2016, se encargó a la Gerencia de Supervisión y Fiscalización (GSF) la supervisión del cumplimiento de lo establecido en la Ley 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor (Código), por parte de UBER respecto de los cargos efectuados en las tarjetas de crédito y/o débito de sus usuarios por los servicios brindados a través de su aplicación móvil (App).
2. Mediante Resolución N.º 1 del 3 de octubre de 2016, la Secretaría Técnica inició un procedimiento administrativo sancionador en contra de UBER, en los siguientes términos:

“PRIMERO: Iniciar procedimiento administrativo sancionador en contra de UBER PERU S.A., a instancia de la Secretaría Técnica, con cargo a dar cuenta a la Comisión de Protección al Consumidor 3; en tanto habría incurrido en presunta infracción a lo establecido en el artículo 2 de la Ley 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor, toda vez que no habría cumplido con su obligación de brindar a los consumidores información relevante para una adecuada decisión de

¹ La administrada se encuentra registrada en la base de datos de la Sunat con número de RUC 20556126764 y domicilio fiscal ubicado en Av. Santa Cruz 888, Miraflores, Lima. Asimismo, se encuentra inscrita en la Sunarp con partida 13151234.

consumo, dado que habría omitido informar a los consumidores en su aplicación móvil que los servicios brindados a través de la misma podrían cobrarse, por los bancos emisores de las tarjetas de crédito o débito, en una moneda distinta a la informada cuando éstas se utilizan como medios de pago.”

3. Mediante escritos del 20 de octubre de 2016 y 23 de mayo de 2017, UBER presentó sus descargos señalando que:
- (i) Tanto la aplicación móvil como el servicio que la plataforma ofrece a usuarios conductores y pasajeros son operados en su totalidad por la empresa UBER B.V., la cual se encuentra establecida en los Países Bajos (Holanda) y es quien administra todas las operaciones y la que percibe directamente todos los pagos que realizan los usuarios por los servicios contratados a través de su aplicación, conforme se informa en la aplicación móvil como en la página web: <https://www.uber.com/legal/terms/pe/>. Asimismo, señaló que a su representada únicamente se le han encomendado las labores de marketing y atención de los clientes de la aplicación gestionada directamente por UBER B.V. en el Perú,
 - (ii) Los usuarios de la referida aplicación móvil son debida y oportunamente informados que es UBER B.V. la empresa que pone a su disposición el servicio de la aplicación, dicha información se encuentra a su disposición tanto en la aplicación móvil como en la página web <https://www.uber.com/legal/terms/pe/>. En ese sentido, solicita se declare la improcedencia de la imputación formulada en su contra,
 - (iii) La sociedad UBER B.V. utiliza distintas vías para informar a los consumidores acerca de la posibilidad de que se produzcan cargos adicionales por el uso de la aplicación, así como de la existencia de cargos producto de la conversión de moneda que podrían ser aplicados por terceros (bancos o procesadores de pago) en el marco de una operación financiera,
 - (iv) En el numeral 4 de los “Términos y Condiciones”, se ha precisado que el uso de servicios de terceros para efectuar pagos puede generar la aplicación de cargos adicionales que incrementen el precio,
 - (v) Del referido numeral se puede desprender que los consumidores son informados de lo siguiente: a) El procesamiento de los pagos es operado por empresas distintas a UBER; b) la utilización de los servicios de procesamiento de pagos puede generar un incremento de los precios; c) la variación en el precio excede la esfera de control de la plataforma virtual, de ahí que los reclamos deben hacerse con las terceras empresas; y d) los cargos aplicados por las terceras empresas pueden tener distinta naturaleza, incluidos impuestos,
 - (vi) Son las empresas emisoras de tarjetas de crédito y débito las que tienen que la obligación de informar a sus clientes a qué tipos de operaciones se les aplica la conversión de moneda, así como las comisiones, gastos y demás cargos. En ese sentido, resultaría excesivo que se exija a terceros

ajenos a la relación bancaria o financiera que informe a los consumidores de la posibilidad del cambio de moneda o del cobro de comisiones por este tipo de operaciones,

- (vii) La plataforma virtual procesa las operaciones en moneda local y son terceros los que realizan la conversión; por lo que este último hecho no es de su responsabilidad,
 - (viii) Para procesar el cobro de los servicios que contratan los usuarios mediante la aplicación en Perú, UBER B.V. se vale de los servicios de la empresa ADYEN B.V. (responsable de múltiples sistemas de procesamiento de pagos referidos al comercio electrónico a nivel internacional) y es ésta la que traslada la información de los pagos y cargos realizados por los consumidores a las empresas procesadoras de pagos, quienes a su vez transmiten la información pertinente a las entidades financieras (bancos) que administran la cuenta del cliente donde se realizará el cargo final del importe consumido,
 - (ix) Lo alegado ha sido materia de análisis en procedimientos administrativos tramitados ante el Órgano Resolutivo de Procedimientos Sumarísimos N.º 2 (ORPS 2) del Indecopi, entre ellos, los expedientes 531-2016/PS2; 781-2016/PS2; y 1121-2016/PS2, donde se tramitaron denuncias referidos a presuntos cargos indebidos en dólares en la cuenta de sus usuarios,
 - (x) Se debe considerar los argumentos desarrollados por la ORPS 2 en la Resolución 629-2017/PS2 del 25 de abril de 2017, de la que se desprende que la entidad bancaria es la única responsable de administrar el medio de pago (tarjeta de crédito) del consumidor y, como consecuencia de ello, es la que debe informar a los consumidores acerca de la posibilidad de que se realice una conversión de los cargos, hecho que además era atribuible al procesador de pagos,
 - (xi) No sería razonable que la autoridad traslade dicha responsabilidad a los proveedores de servicios de comercio electrónicos, en la medida que UBER B.V. ha demostrado haber emitido instrucciones de facturación en moneda nacional, según lo ofertado en su plataforma,
 - (xii) Exigir informar acerca del cambio de moneda en el proceso de facturación implicaría una clara contravención del principio de causalidad, toda vez que se le estaría responsabilizando (o a los administradores de plataformas similares) por no informar respecto de un hecho que es ocasionado por un tercero, derivado de una relación de consumo diferente y sobre la cual UBER B.V. no tiene injerencia o capacidad de decisión alguna.
4. Mediante Resolución N.º 6 de fecha 4 de julio del 2017, se puso en conocimiento de la administrada el Informe Final de Instrucción N.º 026-2017/CC3-ST emitido por la Secretaría Técnica, otorgándosele un plazo de cinco días hábiles para la presentación de descargos.

5. Mediante escrito del 11 de julio de 2017, UBER reafirmó los descargos presentados el 20 de octubre de 2016 y 23 de mayo de 2017 y agregó que:
- (i) El objeto social de su estatuto establece e indica qué actividades puede realizar la empresa, más no prueba o demuestra que efectivamente lo haga,
 - (ii) Concluir que es responsable en función a lo dispuesto en su partida registral viciaría el acto administrativo a emitir por la Comisión en función a que adolecería de falta de motivación,
 - (iii) Se debe considerar en el presente caso lo resuelto mediante Resolución Final N.º 651-2016/CC2, en la cual la Comisión de Protección al Consumidor N.º 2 (CC2) -en un caso similar al presente- determinó que no era posible imputar a Google Perú, en la medida que el servicio contratado y prestado era brindado por otra empresa (Google Inc.),
 - (iv) Resultaría desproporcional que se atribuya al proveedor de un servicio el deber de advertir hasta el más mínimo detalle de todas las posibles implicancias de la transacción. Así mismo, ello dificultaría al proveedor conocer los alcances de su obligación de brindar información, impidiéndole determinar el ámbito de su responsabilidad,
 - (v) El cálculo de multa propuesto hace referencia a un “daño”, el cual no es generado por UBER, por lo que no debería serle atribuible,
 - (vi) No se ha sustentado debidamente porque la probabilidad de detección de la infracción asciende a 75%, ya que siendo que tanto los consumidores y la autoridad administrativa están en capacidad de advertir fácilmente la existencia de una variación en el cobro correspondería que la Comisión considerase una probabilidad alta, esto es, del 100%.

II. ANÁLISIS

2.1 Cuestión previa: Sobre la responsabilidad de UBER B.V.

6. En el presente caso, UBER ha señalado que la responsabilidad de los hechos materia de análisis corresponde a UBER B.V. y no a su representada; por ello resulta necesario determinar la responsabilidad del administrado por las imputaciones formuladas en su contra.
7. En el numeral 8 del artículo 246 del Texto Único Ordenado (TUO) de la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General (LPAG), aprobado mediante Decreto Supremo N° 006-2017-JUS, se ha establecido el principio de causalidad², el cual refiere a que la responsabilidad debe recaer en quien realiza la conducta omisiva o activa constitutiva de infracción sancionable.

² TUO de la LPAG

Artículo 246.- Principios de la potestad sancionadora administrativa

La potestad sancionadora de todas las entidades está regida adicionalmente por los siguientes principios especiales: (...)

8. Cabe señalar que el principio de causalidad conlleva que la autoridad administrativa, para la aplicación de una sanción, deba tener certeza de la relación o vinculación existente entre la conducta del administrado y la configuración del hecho previsto como sancionable, es decir, tiene la obligación de verificar que el destinatario de una sanción sea la persona natural o jurídica que cometió la infracción. Así, únicamente cuando la Comisión hubiera cumplido con identificar certeramente al proveedor con el cual se configura la relación de consumo, podrá luego determinar los alcances de su responsabilidad administrativa y, de ser el caso, imponer una sanción que pueda ser ejecutada.
9. En sus descargos, UBER manifestó que tanto la aplicación móvil como el servicio que la plataforma ofrece a usuarios conductores y pasajeros son operados en su totalidad por la empresa UBER B.V., la cual se encuentra establecida en los Países Bajos (Holanda) y es quien administra todas las operaciones y la que percibe directamente todos los pagos que realizan los usuarios por los servicios contratados a través de su aplicación, conforme se informa en la aplicación móvil como en la página web: <https://www.uber.com/legal/terms/pe/>. Asimismo, señaló que a su representada únicamente se le han encomendado las labores de marketing y atención de los clientes de la aplicación gestionada directamente por UBER B.V. en el Perú.
10. Al respecto, se debe señalar que, de la revisión de la partida registral de la administrada, signada con número 13151234³, se ha observado que el objeto social de la misma es el siguiente:

“OBJETO: LA SOCIEDAD TIENE POR OBJETO PRESTAR TODO TIPO DE SERVICIOS Y APLICACIONES A CUALQUIER PERSONA O ENTIDAD, INCLUYENDO, PERO NO LIMITADO A EMPRESAS RELACIONADAS O VINCULADAS A TRAVÉS DE DISPOSITIVOS MÓVILES Y SOLICITUDES BASADAS EN PÁGINAS WEB E INTERNET; Y TODO LO RELACIONADO A LA MISMA. PARA CUMPLIR CON SUS FINES LA SOCIEDAD PODRÁ REALIZAR TODA CLASE DE ACTOS Y CONTRATOS PERMITIDOS POR LAS LEYES EN LA FORMA MÁS AMPLIA, Y PODRÁ DEDICARSE, SIN LIMITACIÓN ALGUNA, A TODO NEGOCIO LÍCITO RELACIONADO CON SU OBJETO SOCIAL. ASIMISMO, PODRÁ INTERVENIR EN LA FORMACIÓN DE OTRAS SOCIEDADES O ASOCIACIONES Y/O ADQUIRIR ACCIONES O PARTICIPACIONES DE SOCIEDADES PERUANAS Y/O EXTRANJERAS; Y EN GENERAL, UBER PERÚ S.A. PODRÁ DEDICARSE AL DESARROLLO DE TODA ACTIVIDAD AFIN O CONEXA, NECESARIA PARA LOGRAR SU OBJETO SOCIAL, SIN RESERVA NI LIMITACIÓN ALGUNA, Y A CUALQUIER OTRA ACTIVIDAD QUE ACUERDE LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS. SE ENTENDERÁN INCLUIDOS EN EL OBJETO SOCIAL LOS ACTOS RELACIONADOS CON EL MISMO QUE COADYUVEN A LA REALIZACIÓN DE SUS FINES, AUNQUE NO ESTÉN EXPRESAMENTE INDICADOS EN EL PACTO SOCIAL O EN EL ESTATUTO (ART. 2º)”

(Subrayado y resaltado agregado)

8. Causalidad.- La responsabilidad debe recaer en quien realiza la conducta omisiva o activa constitutiva de infracción sancionable. (...)

³ Ver fojas 139 del expediente.

11. Por otro lado, más allá de la alegación realizada por UBER respecto a que ellos solo se encargarían de las labores de marketing y atención al cliente, no existe medio probatorio – ni siquiera a nivel indiciario- que acredite ello.
12. Por el contrario, se puede afirmar -contrariamente a lo alegado por la administrada- que dentro del objeto de sus actividades dispuso la prestación de servicios a cualquier persona a través de dispositivos móviles y solicitudes basadas en páginas web e internet, como en este caso se ofrecen a través de la app denominada “Uber”.
13. Si bien en la aplicación móvil o en la página web <https://www.uber.com/legal/terms/pe/> se ha informado al consumidor que hace uso de la plataforma virtual que UBER B.V. es la responsable de poner a su servicio la aplicación, se debe manifestar que se ha verificado en la partida registral de UBER que esta es la responsable de la prestación del servicio de la plataforma virtual en el territorio nacional.
14. Adicionalmente a ello, se debe señalar que, de un análisis de apariencia y en virtud al principio de primacía de la realidad, frente a los consumidores que hacen uso de la aplicación móvil es UBER quien brinda el servicio y se publicita en el mercado, por lo que ello permite a los usuarios tener la percepción de que este administrado garantiza el uso de la aplicación móvil.
15. En ese sentido, se ha observado lo siguiente:

UBER B.V.
Empresa constituida
en los Países Bajos
(Netherlands)

Objeto según página web

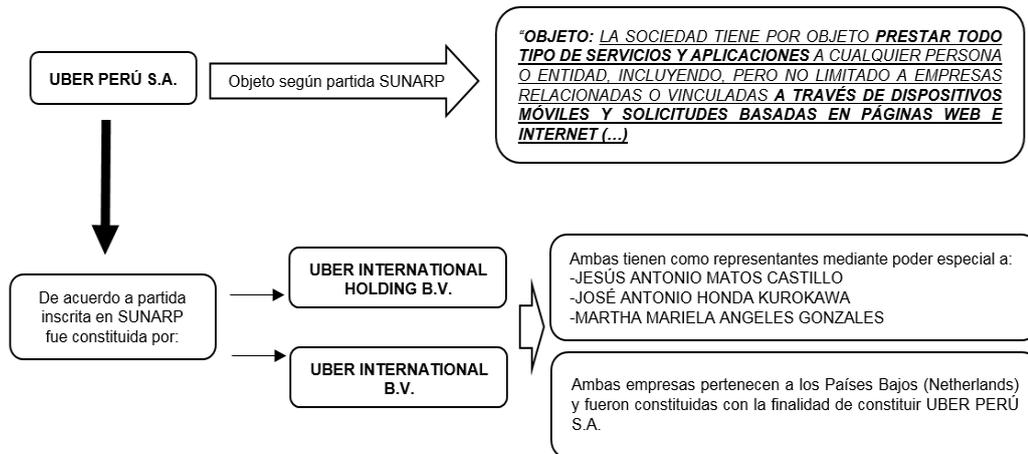
Es seguro | <https://www.uber.com/legal/terms/pe/>

UBER Viaje Conducir

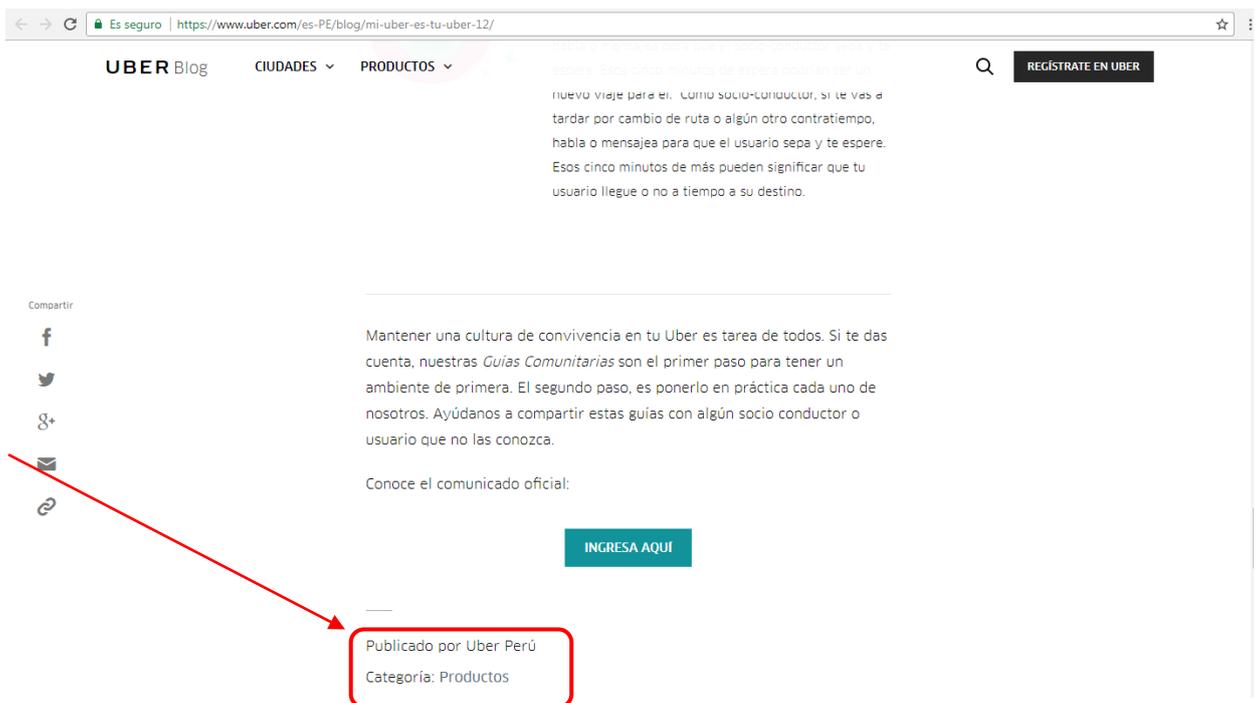
Cualquier parte de los Servicios; (v) Usar o intentar cualquier programa o script con el objeto de extraer, indexar, analizar o de otro modo realizar prospección de datos de cualquier parte de los Servicios o sobrecargar o bloquear indebidamente la operación y/o funcionalidad de cualquier aspecto de los Servicios; o (vi) intentar obtener un acceso no autorizado o dañar cualquier aspecto de los Servicios o sus sistemas o redes relacionados.

Prestación de los Servicios.

Usted reconoce que partes de los Servicios podrán ponerse a disposición bajo varias marcas u opciones de pedidos de Uber asociadas con el transporte o los servicios logísticos, incluidas las marcas de pedidos de transporte actualmente denominadas "Uber", "uberPOP", "uberX", "uberXL", "UberBLACK", "UberSUV", "UberBERLINE", "UberVAN", "UberEXEC" y "UberLUX" y las marcas de pedidos de servicios logísticos actualmente denominadas "UberRUSH", "UberFRESH" y "UberEATS". Asimismo usted reconoce que los Servicios podrán ponerse a disposición bajo dichas marcas u opciones de pedidos por o en relación con: (i) ciertas subsidiarias o afiliados de Uber; o (ii) Terceros proveedores independientes, incluidos conductores de empresas de red de transportes, titulares del permiso de carta de transporte o titulares de permisos, autorizaciones o licencias de transporte similares.



16. Asimismo, de la revisión de la información contenida en página web de UBER B.V.se observa que se hace referencia a UBER, tal como se muestra:



17. Adicionalmente a lo señalado, se evidenció en la página de Facebook de UBER lo siguiente:



18. A mayor abundamiento, se debe manifestar que se ha verificado que, desde el año 2016, UBER ha participado de veinticuatro (24) conciliaciones⁴ de reclamos presentados en su contra, en razón al servicio brindado mediante la aplicación móvil, con lo cual se evidencia la asunción de responsabilidad frente a los consumidores que hacen uso de la referida aplicación.

19. En consecuencia, teniendo en consideración lo expuesto, se desvirtúa lo alegado por la administrada en este extremo, siendo que corresponde evaluar la responsabilidad de UBER respecto a la información que se brinda a través del aplicativo móvil.

2.2 Cuestión Previa: Sobre el principio de causalidad

20. Al respecto, la administrada cuestionó que en la medida que las entidades financieras (Bancos) son las que informan a los consumidores los términos y condiciones de uso de las tarjetas (crédito o débito) que les otorgan, es responsabilidad de las mismas la omisión de información del cambio de moneda en el cobro.

21. En ese sentido, para este Colegiado resulta relevante determinar la actuación de los agentes que se vinculan en la prestación del servicio a efectos de determinar la responsabilidad de UBER por la omisión de información imputada.

⁴ Ver fojas 205 a 220 del expediente.

22. En su defensa, UBER alegó que la plataforma virtual materia de análisis procesa las operaciones en moneda local y son terceros los que modifican esa situación, por lo que no podía atribuírseles responsabilidad por la conversión realizada.
23. Agregó, además, que, para procesar el cobro de los servicios que contratan los usuarios mediante la aplicación en Perú, UBER B.V. se vale de los servicios de la empresa ADYEN B.V. (responsable de múltiples sistemas de procesamiento de pagos referidos al comercio electrónico a nivel internacional) y es esta la que traslada la información de los pagos y cargos realizados por los consumidores a las empresas procesadoras de pagos, quienes a su vez transmiten la información pertinente a las entidades financieras (bancos) que administran la cuenta del cliente donde se realizará el cargo final del importe consumido.
24. Sobre el particular, se debe precisar a la administrada que el objeto del presente procedimiento administrativo sancionador está referido a la obligación del proveedor de brindar información relevante a los consumidores a efectos de que estos puedan realizar decisiones de consumo ajustadas a sus intereses y no respecto al cobro que finalmente es cargado en su estado de cuenta por los bancos emisores de las tarjetas.
25. En esa línea, frente al consumidor que hace uso de la aplicación móvil es UBER la obligada a brindar informar sobre los términos y condiciones del servicio, por lo que, debe rechazarse lo alegado en este punto.
26. Añadió en su defensa que, lo alegado en el presente procedimiento ha sido materia de análisis en procedimientos administrativos tramitados ante el ORPS 2 del Indecopi, entre ellos, los expedientes N.º 531-2016/PS2, 781-2016/PS2, y 1121-2016/PS2, donde se tramitaron denuncias por considerar que se habrían generado indebidamente cargos en dólares en la cuenta de sus usuarios.
27. Sobre el particular, se debe precisar a la administrada que lo analizado en los expedientes alegados no se vinculan con el presente caso, en la medida que el hecho controvertido en este procedimiento es el referido al deber de información respecto de UBER y no a las obligaciones del banco emisor de la tarjeta de crédito; a las que se refieren los pronunciamientos antes indicados.
28. Asimismo, añadió UBER que, se debe considerar los argumentos desarrollados por la ORPS 2 en la Resolución N.º 629-2017/PS2 del 25 de abril de 2017, de la que se desprende que la entidad bancaria es la única responsable de administrar el medio de pago (tarjeta de crédito) del consumidor y, como consecuencia de ello, es la que debe informar a los consumidores acerca de la posibilidad de que se realice una conversión de los cargos, hecho que además era atribuible al procesador de pagos.
29. Adicionalmente, UBER manifestó que no sería razonable que la autoridad traslade dicha responsabilidad a los proveedores de servicios de comercio electrónicos, en la medida que UBER B.V. ha demostrado haber emitido instrucciones de facturación en moneda nacional, según lo ofertado en su plataforma.

30. Sobre el particular, se debe señalar que ha quedado acreditado que la responsabilidad de las imputaciones formuladas corresponde a UBER y no a UBER B.V., por lo que debe rechazarse lo alegado en dicho extremo.
31. Asimismo, se debe precisar que el hecho materia de discusión es la omisión de información relevante a los consumidores, esto es, de haber informado la posibilidad de variación de moneda en el cobro de las transacciones realizadas en su plataforma virtual y no respecto de la facturación o el cobro cargado por los Bancos emisores; por lo que carece de validez lo alegado en este punto.
32. Añadió la administrada que exigir informar acerca del cambio de moneda en el proceso de facturación implicaría una clara contravención del principio de causalidad, toda vez que se le estaría responsabilizando (o a los administradores de plataformas similares) por no informar respecto de un hecho que es ocasionado por un tercero, derivado de una relación de consumo diferente y sobre la cual UBER B.V. no tiene injerencia o capacidad de decisión alguna.
33. Sobre el particular, se debe indicar que el presente procedimiento está referido a determinar su responsabilidad respecto al deber de brindar información relevante a los consumidores, el cual es su obligación. Por lo que carece de validez lo alegado en su defensa.
34. Por lo expuesto, para esta Comisión no se ha acreditado una afectación al principio de causalidad.

A. Sobre la información brindada por UBER en su aplicación móvil respecto a las condiciones de pago por sus servicios

35. En el artículo 65⁵ de la Constitución Política del Perú se establece que, en el marco de una economía social de mercado, corresponde al Estado proteger los intereses de los consumidores y usuarios, garantizando el derecho a la información sobre los bienes y servicios que se encuentran a su disposición en el mercado, así como su salud y seguridad.
36. Cumpliendo con este mandado constitucional, en el Código se instituye, como principio rector de la política social y económica del Estado, la protección de los derechos de los consumidores, garantizando su acceso a productos y servicios idóneos y que gocen de mecanismos efectivos para su protección, reduciendo la asimetría informativa, corrigiendo, previniendo o eliminando las conductas y prácticas que afecten sus legítimos intereses⁶.

⁵ **CONSTITUCIÓN POLÍTICA DEL PERÚ**

Artículo 65.- Defensa del consumidor

El Estado defiende el interés de los consumidores y usuarios. Para tal efecto garantiza el derecho a la información sobre los bienes y servicios que se encuentran a su disposición en el mercado. Asimismo, vela por la salud y la seguridad de la población.

⁶ **Código**

Artículo II.- Finalidad

El presente Código tiene la finalidad de que los consumidores accedan a productos y servicios idóneos y que gocen de los derechos y los mecanismos efectivos para su protección, reduciendo la asimetría informativa, previniendo o eliminando las conductas y prácticas que afecten sus legítimos intereses. En el régimen de

37. En el literal b) del numeral 1.1 del artículo 1 del Código⁷ se establece que los consumidores tienen derecho a acceder a información oportuna, suficiente, veraz y fácilmente accesible, relevante para tomar una decisión o realizar una elección de consumo que se ajuste a sus intereses, así como a efectuar un uso o consumo adecuado de los productos o servicios.
38. En el artículo 2 del Código se establece que el proveedor, tiene la obligación de poner a disposición del consumidor toda la información relevante respecto a los términos y condiciones de los productos o servicios ofrecidos, de manera tal que pueda ser conocida por un consumidor de manera sencilla y permitirles un uso o consumo adecuados. Esta información debe ser veraz, suficiente, de fácil comprensión, apropiada y fácilmente accesible.
39. El derecho de los consumidores al acceso a la información, reconocido en los numerales 2.1 y 2.2 del artículo 2 del Código, involucra el deber de los proveedores de proporcionar toda la información relevante sobre las características de los productos y servicios que oferten, a fin que los consumidores puedan realizar una adecuada elección o decisión de consumo.
40. En esa línea, la información genera certidumbre y facilita el comportamiento del consumidor permitiéndole conocer sus derechos, obligaciones y prever posibles contingencias y planear determinadas conductas. En atención a ello, la información proporcionada debe ser veraz, suficiente, de fácil comprensión, apropiada, oportuna y fácilmente accesible.
41. Así, los proveedores deben ser diligentes al momento de brindar información sobre las condiciones que brinden respecto a los productos y servicios ofrecidos, con el fin que los usuarios comprendan las características, beneficios, riesgos, condiciones y limitaciones que le son aplicables y puedan, de manera responsable, tomar decisiones de consumo informadas.
42. La delimitación de la obligación dependerá del producto adquirido o servicio contratado, así como de la regulación especial aplicable de ser el caso.
43. Sobre el particular, UBER es un comercio virtual que desarrolla sus actividades a través de una aplicación móvil o plataforma tecnológica (aplicación para dispositivos móviles “App”) que conecta a sus usuarios con unidades de transporte particular registradas también en esta plataforma a efectos de realizar el servicio de transporte particular de personas:

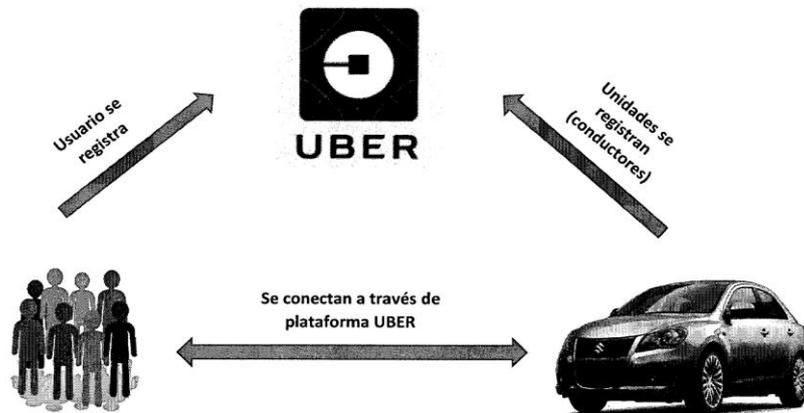
economía social de mercado establecido por la Constitución, la protección se interpreta en el sentido más favorable al consumidor, de acuerdo a lo establecido en el presente Código.

⁷ **Código**

Artículo 1.- Derechos de los consumidores

1.1 En los términos establecidos por el presente Código, los consumidores tienen los siguientes derechos:

b. Derecho a acceder a información oportuna, suficiente, veraz y fácilmente accesible, relevante para tomar una decisión o realizar una elección de consumo que se ajuste a sus intereses, así como para efectuar un uso o consumo adecuado de los productos o servicios.



Cuadro elaborado por la GSF.

44. Bajo este esquema, UBER facilita el cobro por el servicio de movilidad brindado entre conductores y pasajeros, el cual puede realizarse en efectivo o mediante cargos en la tarjeta de crédito o débito del cliente, a elección de estos últimos.
45. En esa línea, podemos advertir que la forma en la que UBER brinda el servicio a los consumidores es a través de un esquema de economías colaborativas, consistente en conectar a pasajeros con conductores que ofrecen un precio por trayecto, quedándose por esta conexión con un porcentaje del precio.
46. Y es precisamente en razón a que estamos en un modelo en el cual el consumidor no tiene a la vista el producto o servicio; lo que determina que la información puesta al consumidor debe ser mucho más detallada.
47. De forma preliminar al análisis, se debe señalar que el referido modelo de economías colaborativas hace referencia a comportamientos que reinventan las formas tradicionales de compartir, colaborar, intercambiar, prestar, alquilar y regalar que ya existían y las redefine, amplía y orienta, gracias a la introducción de nuevas tecnologías, redes sociales e Internet.
48. Frente a esto último, corresponde a los proveedores que hacen uso de las tecnologías móviles e internet para brindar servicios a los consumidores, adoptar las medidas pertinentes a efectos de adecuar su conducta dentro de los parámetros legalmente exigidos, con la finalidad de salvaguardar los derechos de los consumidores reconocidos en el Código, en el presente caso, del deber de información.
49. Asimismo, resulta relevante extender el ámbito de protección a los consumidores de los mecanismos tradicionales de relación de consumo a aquellos que son resultado de la introducción de las nuevas tecnologías, como lo son los aplicativos móviles.
50. En este punto, se puede indicar que la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) viene promoviendo nuevos lineamientos para proteger a los consumidores que realizan transacciones por Internet. En el Perú,

tales lineamientos son difundidos por el Indecopi, entidad que participa de manera activa en el Comité de Políticas de Consumidor y en el Grupo de Trabajo sobre Seguridad de Productos de Consumo, en representación del Perú, desde el año 2013.

51. Estos lineamientos proponen que las personas que realizan compras por Internet tengan el mismo nivel de protección que reciben, por parte de los proveedores, cuando realizan transacciones convencionales. Asimismo, que reciban mejor información en las transacciones electrónicas; que cuenten con procedimientos de confirmación de compras; solución de controversias y reparación de daños; entre otros principios que faciliten las compras por Internet.
52. Estas mejoras, incluyen los últimos avances en comercio electrónico, como plataformas en línea que permiten transacciones de consumidor a consumidor, productos de contenido digital, nuevos mecanismos de pago, uso de dispositivos móviles, entre otros.
53. En ese sentido el profesor Daniel Peña⁸, señala que: *“(...) El hecho de que el consumidor virtual sujeto de numerosas actividades como usuario de pagos electrónicos o participante en plataformas electrónicas de subastas, por ejemplo, sugiere que el ámbito de la protección debe ser extendido a las distintas dimensiones del consumo. (...)”*
54. De lo expuesto, se observa que, en las operaciones realizadas mediante aplicativos móviles, persiste el deber de brindar información, en ese sentido dicha obligación de los proveedores en este tipo de mercados implica brindar información clara y precisa respecto de las condiciones en las que se contrata el servicio, más aún si no hay una cercanía física con el proveedor que ofrece el servicio. En esa línea, el costo del servicio resulta relevante al momento de la contratación, así como cualquier modificación que pueda darse en el monto ofrecido.
55. Sobre el particular, las condiciones referidas al pago de los servicios de UBER, que fueron informadas en su aplicación móvil, establecían lo siguiente:

“4. Pago

Usted entiende que el uso de los Servicios puede derivar en cargos por los servicios o bienes que reciba de un Tercer proveedor (“Cargos”). Después de que haya recibido los servicios u obtenido los bienes mediante el uso de los Servicios, Uber facilitará su pago de los Cargos aplicables en nombre del Tercero proveedor como agente de cobro limitado del tercero proveedor. El pago de los Cargos de dicha manera se considerará como el pago efectuado directamente por usted al Tercero proveedor. Los Cargos incluirán los impuestos aplicables cuando se requiera por ley. Los cargos pagados por usted son definitivos y no reembolsables, a menos que Uber determine lo contrario. Usted conserva el derecho de solicitar Cargos más bajos de un Tercero proveedor para los servicios o bienes recibidos por usted de dicho Tercero proveedor en el momento en que reciba dichos servicios o bienes. Uber

⁸ PEÑA VALENZUELA, Daniel. “Tecnologías de la información y derecho de consumo”. En “Contexto. Revista de derecho y economía”. N° 9, noviembre de 2004.

responderá en consecuencia a cualquier solicitud de un Tercero proveedor para modificar los Cargos por un servicio o bien en particular.

Todos los Cargos son pagaderos inmediatamente y el pago se facilitará por Uber utilizando el método de pago preferido indicado en su Cuenta, y después de ello Uber le enviará un recibo por correo electrónico. Si se determina que el método de pago de su Cuenta principal ha caducado, es inválido o de otro modo no sirve para cobrarle, usted acepta que Uber, como agente de cobro limitado del Tercero proveedor, utilice un método de pago secundario en su Cuenta, si estuviese disponible. (...)

56. Asimismo, UBER brinda información previa sobre sus tarifas a través de la referida aplicación, precisando la moneda de cobro, incluyendo un simulador virtual a partir del cual se puede obtener una tarifa estimada referenciando los puntos de partida y destino. Para el caso de Perú, este cobro se efectúa en soles.
57. Se advierte entonces que, si el cliente optase por efectuar el pago de los servicios a través de una tarjeta de crédito, debe registrarla previamente en la aplicación móvil, siendo que en cada oportunidad que utilice el servicio, el costo es descontado de su línea de crédito, recibiendo una constancia de pago en su correo electrónico con el detalle de la tarifa aplicada (moneda e importe), la distancia, hora del servicio y la tarjeta de cargo.
58. En la misma línea, en la acción de supervisión realizada el 27 de junio de 2016, los representantes de UBER indicaron que el cobro por los servicios brindados se realiza en la moneda del país en donde estos se presten, en el caso del Perú, el cobro es efectuado en nuevos soles y utilizan como operador de pago a la plataforma internacional ADYEN:

Extracto Acta de Supervisión del 27 de junio de 2016

Los representantes de UBER PERU, manifestaron que UBER B.V, es una plataforma tecnológica global, por ello, mediante la cual se puede utilizar el servicio en cualquier país que cuenta con el mismo. Señalaron también, que el cobro del servicio se realiza en la moneda local del lugar en donde fue prestado, en tal sentido, los servicios brindados en la ciudad de Lima, son cobrados en Nuevos Soles (PEN) como puede apreciarse en los recibos de pago entregados vía correo a los usuarios registrados.

59. Considerando lo señalado hasta ahora, se encuentra acreditado que los consumos realizados en el comercio UBER, utilizando como medio de pago algunas tarjetas de crédito emitidas por bancos locales, son indicados en soles según la tarifa del referido comercio.
60. Seguidamente, el operador de pagos de UBER, la empresa internacional ADYEN, conecta las transacciones con las redes de las marcas Visa, MasterCard o American Express, las cuales convierten la moneda de los pagos de soles a dólares y transmiten la información en esos términos a los bancos emisores de las tarjetas, los cuales, finalmente, facturan y cobran los consumos en dólares a sus clientes.

61. Así, por ejemplo, a partir de diversas denuncias informativas y reclamos presentados por consumidores, se tuvo conocimiento que tanto el BCP como INTERBANK facturan y cobran en dólares los consumos realizados en soles en el comercio UBER cuando se utilizan como medio de pago algunas de sus tarjetas de crédito.
62. Debe tenerse en cuenta que UBER, en su condición de proveedor, tenía pleno conocimiento que el uso de determinados medios de pago podría implicar un cobro en moneda distinta a las informadas en sus tarifas.
63. De esta forma, la conducta infractora de UBER se materializaría en la omisión de informar oportunamente a sus clientes que los consumos realizados a través de su aplicación móvil podrán ser cobrados en dólares, cuando se utilizan tarjetas de crédito como medios de pago, pese a que dichos consumos se hubieran realizado en soles.
64. En ese sentido, se observa que UBER vulneraría el artículo 2 del Código, toda vez que no habría cumplido con su obligación de brindar a los consumidores información relevante para una adecuada decisión de consumo, dado que omitió informar a los consumidores, en su aplicación móvil, que los servicios brindados a través de la misma podrían cobrarse, por los bancos emisores de las tarjetas de crédito o débito, en una moneda distinta a la informada cuando estas se utilizan como medios de pago.

Sobre la posibilidad de presentar descargos después de la Resolución N.º 1

65. En su defensa, UBER alegó que la sociedad UBER B.V. utiliza distintas vías para informar a los consumidores acerca de la posibilidad de que se produzcan cargos adicionales por el uso de la aplicación, así como de la existencia de cargos producto de la conversión de moneda que podrían ser aplicados por terceros (bancos o procesadores de pago) en el marco de una operación financiera,
66. En esa línea, en el numeral 4 de los “Términos y Condiciones” se ha precisado que el uso de servicios de terceros para efectuar pagos puede generar la aplicación de cargos adicionales que incrementen el precio.
67. Del referido numeral se puede desprender que los consumidores son informados de lo siguiente: a) El procesamiento de los pagos es operado por empresas distintas a UBER; b) la utilización de los servicios de procesamiento de pagos puede generar un incremento de los precios; c) la variación en el precio excede la esfera de control de la plataforma virtual, de ahí que los reclamos deben hacerse con las terceras empresas; y d) los cargos aplicados por las terceras empresas pueden tener distinta naturaleza, incluidos impuestos.
68. Al respecto, contrariamente a lo expuesto por la administrada, se debe manifestar que de lo dispuesto en el numeral 4 de los Términos y Condiciones no se ha informado de forma expresa, suficiente ni que genere certeza a sus usuarios de la posibilidad de variación de la moneda de cobro de los servicios brindados mediante el uso de la aplicación móvil.

69. Asimismo, se debe señalar que informar sobre la posibilidad de realizar cargos adicionales no es equivalente a la posibilidad de realizar la variación de la moneda en la que se carga el costo del servicio, siendo que los consumidores no podrían advertir ello del texto alegado.
70. En consecuencia, de la información puesta a disposición de los consumidores, se ha verificado que en ningún extremo se consignó la variación de la moneda en el cobro por los servicios señalados. Por lo queda desvirtuado lo alegado en su defensa.
71. Asimismo, UBER ha alegado que tanto en su página web como en la aplicación móvil se ha consignado un texto legal en el que se informa a los usuarios que las entidades bancarias podrían aplicar cargos por la conversión de moneda de la operación, tal como se muestra⁹:
- “(...) Uber está establecido en los Países Bajos, por lo que es posible que los bancos del país en que utilizas el servicio puedan aplicar tarifas de conversión de monedas y de uso internacional. La tarifa que parece en la aplicación de Uber no incluye estas tarifas.”*
72. Al respecto, se debe precisar que, de la revisión de la documentación obrante en el expediente, no se advierte que se haya consignado el texto señalado dentro de la aplicación ni ha remitido información que acredite lo manifestado, por lo que debe rechazarse lo alegado en ese extremo.
73. Por otro lado, se debe indicar que el hecho de que dicha información se haya encontrado consignada en su página web, no lo exime de responsabilidad en la medida que dicha información debió encontrarse a disposición de los consumidores al hacer uso de la aplicación móvil.
74. Asimismo, se debe señalar que, siendo la aplicación móvil el mecanismo por el que se concreta la oferta y se aceptan las condiciones, resulta de importancia que la información se encontrara en la misma, por lo que carece de validez lo alegado en este punto.
75. Sin perjuicio de lo señalado, se debe manifestar que si bien la consignación de dicho texto, a la fecha, en la aplicación móvil no le exime de responsabilidad, ello será tomado en consideración a efectos de la graduación de la sanción a imponer.
76. Finalmente, UBER alegó que no tendría sentido advertir de la existencia de cargos aplicables para el consumidor como consecuencia de una situación (conversión de moneda) y a la vez concluir que esta no se realice.
77. Sobre el particular, se debe reiterar a la administrada que de la información que se puso a disposición de los consumidores no se consignó de forma expresa la posibilidad del cambio de moneda en el cobro de los servicios, siendo que no se puede equiparar el conocer la posibilidad de cargos aplicables por el uso de la aplicación con el cambio en el tipo de moneda al efectuar el cobro de la

⁹ Ver foja 106 del expediente.

transacción realizada mediante el uso de la aplicación móvil, por lo que debe rechazarse lo alegado en este extremo.

Sobre la posibilidad de presentar descargos después del Informe Final de Instrucción

78. Mediante Resolución 6 de fecha 4 de julio del 2017, se puso en conocimiento de la administrada el Informe Final de Instrucción 026-2017/CC3-ST emitido por la Secretaría Técnica, otorgándose un plazo de cinco días hábiles para la presentación de descargos.
79. En su defensa, la administrada alegó que el objeto social de su estatuto establece e indica qué actividades puede realizar la empresa, más no prueba o demuestra que efectivamente lo haga; y, el hecho de concluir que es responsable en función a lo dispuesto en su partida registral viciaría el acto administrativo dado que adolecería de falta de motivación.
80. Sobre el particular, se debe señalar que la motivación de los actos administrativos es un requisito esencial de validez de los mismos, el cual se encuentra dispuesto en el numeral 4¹⁰ del artículo 3 del TUO de la LPAG.
81. En esa línea, se debe precisar a la administrada que la determinación de responsabilidad de la administrada se realiza en función de la documentación obrante en el expediente, así como de las alegaciones y medios probatorios actuados en el procedimiento.
82. Al respecto, se debe señalar a UBER que, de lo declarado por la propia administrada a la autoridad registral (SUNARP) se verifica el objeto social de las actividades a realizar en territorio peruano, entre las que se encuentra la prestación de servicios a cualquier persona a través de dispositivos móviles y solicitudes basadas en páginas web e internet, tal como se ha señalado en los párrafos 6 al 16 de la presente Resolución.
83. Añadió en sus descargos que, se debe considerar en el presente caso lo resuelto mediante Resolución Final N.º 651-2016/CC2, en el cual la CC2 en un caso similar al presente, determinó que no era posible imputar a Google Perú, en la medida que el servicio contratado y prestado era brindado por otra empresa (Google Inc.).
84. Sobre el particular, se debe precisar a UBER que lo resuelto por la CC2 no resulta vinculante a efectos de la decisión a emitir por parte de este Colegiado.
85. Sin perjuicio de lo señalado, en la medida que los hechos analizados por la CC2 no guardan relación con el objeto analizado en el presente procedimiento

¹⁰ **TUO de la LPAG**

Artículo 3.- Requisitos de validez de los actos administrativos

Son requisitos de validez de los actos administrativos: (...)

4. Motivación.- El acto administrativo debe estar debidamente motivado en proporción al contenido y conforme al ordenamiento jurídico. (...)

administrativo sancionador, el cual está referido al deber de información de UBER respecto a transacciones realizadas mediante el uso de su aplicativo móvil, carece de validez lo alegado en este extremo.

86. Añadió UBER que, resultaría desproporcional que se atribuya al proveedor de un servicio el deber de advertir hasta el más mínimo detalle de todas las posibles implicancias de la transacción. Así mismo, ello dificultaría al proveedor conocer que tan lejos debe llegar su obligación de brindar información, impidiéndole determinar el ámbito de su responsabilidad.
87. Al respecto, se debe reiterar a la administrada que lo dispuesto en el artículo 2 del Código dispone la obligación a los proveedores de brindar información relevante a los consumidores a efectos de que puedan adoptar decisiones de consumo ajustadas a sus intereses. Lo cual no se traduce en la obligación de trasladar al consumidor la totalidad de la información que obra en el proveedor, sino de informar mínimamente aquella que resulta indispensable para la decisión de consumo o aquella que pudiera incidir el uso o no de los servicios ofrecidos en el mercado.
88. En ese sentido, tomando en consideración que en el caso de los productos y servicios brindados a través de una plataforma virtual, el consumidor requiere contar con toda la información a su alcance para optar por una decisión de consumo debidamente informada, la posibilidad de que se aplique una conversión a la moneda en la que se ofrece el servicio resulta relevante; por lo que, UBER se encontraba en la obligación de brindar la información a los consumidores que les permita conocer las condiciones en las que se encontrarían las transacciones realizadas mediante la aplicación móvil al usar tarjetas de crédito / débito.
89. Asimismo, se debe indicar que en la medida que los proveedores conocen el giro, ámbito y condiciones de uso de su actividad, resulta determinable por los proveedores aquella información relevante para los consumidores. Por lo que carece de validez lo alegado en sus descargos.
90. A mayor abundamiento, se debe señalar al administrado que para garantizar a los consumidores el derecho a acceder a información relevante, ello no solo se consigue con consignar la información omitida en la aplicación móvil.
91. En ese sentido, dicha información relevante deberá ser consignada de forma que sea fácilmente accesible a los consumidores al hacer uso de la aplicación y antes de darse por concluido el cobro del servicio, de manera que pueda acceder a ella de forma oportuna para una adecuada decisión de consumo.
92. En consecuencia, se ha verificado que la administrada incumplió su obligación de brindar a los consumidores información relevante para una adecuada decisión de consumo, dado que omitió informar a los consumidores -en su aplicación móvil- que los servicios brindados a través de la misma podrían cobrarse, por los bancos emisores de las tarjetas de crédito o débito, en una moneda distinta a la informada cuando éstas se utilizan como medios de pago.

93. Por lo expuesto, corresponde sancionar a UBER por infracción a lo establecido en el artículo 2 del Código

B. Graduación de la sanción

94. Corresponde determinar la sanción a imponer, aplicando de manera preferente los criterios previstos en el Código y de manera supletoria los criterios contemplados en el Texto Único Ordenado de la Ley del Procedimiento Administrativo General (TUO de la LPAG), aprobado por Decreto Supremo N.º 006-2017-JUS.

95. El Principio de Razonabilidad¹¹ establece que las decisiones de la autoridad deben adoptarse dentro de los límites de sus facultades y manteniendo la proporción entre los medios a emplear y los fines públicos que deba tutelar.

96. Los criterios previstos en los artículos 110 y 112 del Código disponen que el órgano resolutorio debe atender a la gravedad de la infracción, el beneficio ilícito esperado, la probabilidad de detección, el daño, los efectos que puedan ocasionarse, la naturaleza del perjuicio causado o grado de afectación y los atenuantes o agravantes en cada caso¹².

¹¹ **TUO de la LPAG**

Artículo 246.- Principios de la potestad sancionadora administrativa

La potestad sancionadora de todas las entidades está regida adicionalmente por los siguientes principios especiales: (...)

3. **Razonabilidad.** - Las autoridades deben prever que la comisión de la conducta sancionable no resulte más ventajosa para el infractor que cumplir las normas infringidas o asumir la sanción. Sin embargo, las sanciones a ser aplicadas deben ser proporcionales al incumplimiento calificado como infracción, observando los siguientes criterios que se señalan a efectos de su graduación:
 - a. El beneficio ilícito resultante por la comisión de la infracción;
 - b. La probabilidad de detección de la infracción;
 - c. La gravedad del daño al interés público y/o bien jurídico protegido;
 - d. El perjuicio económico causado;
 - e. La reincidencia, por la comisión de la misma infracción dentro del plazo de un (1) año desde quedó firme la resolución que sancionó la primera infracción.
 - f. Las circunstancias de la comisión de la infracción; y
 - g. La existencia o no de intencionalidad en la conducta del infractor.

¹² **Código**

Artículo 110.- Sanciones administrativas

El órgano resolutorio puede sancionar las infracciones administrativas a que se refiere el artículo 108 con amonestación y multas de hasta cuatrocientos cincuenta (450) Unidades Impositivas Tributarias (UIT), las cuales son calificadas de la siguiente manera:

- a. Infracciones leves, con una amonestación o con una multa de hasta cincuenta (50) UIT.
- b. Infracciones graves, con una multa de hasta ciento cincuenta (150) UIT.
- c. Infracciones muy graves, con una multa de hasta cuatrocientos cincuenta (450) UIT.

En el caso de las microempresas, la multa no puede superar el diez por ciento (10%) de las ventas o ingresos brutos percibidos por el infractor, relativos a todas sus actividades económicas, correspondientes al ejercicio inmediato anterior al de la expedición de la resolución de primera instancia, siempre que se haya acreditado dichos ingresos, no se encuentre en una situación de reincidencia y el caso no verse sobre la vida, salud o integridad de los consumidores. Para el caso de las pequeñas empresas, la multa no puede superar el veinte por ciento (20%) de las ventas o ingresos brutos percibidos por el infractor, conforme a los requisitos señalados anteriormente.

La cuantía de las multas por las infracciones previstas en el Decreto Legislativo núm. 807, Ley sobre Facultades, Normas y Organización del Indecopi, se rige por lo establecido en dicha norma, salvo disposición distinta del presente Código.

En caso que el proveedor incumpla un acuerdo conciliatorio o cualquier otro acuerdo que de forma indubitable deje constancia de la manifestación de voluntad expresa de las partes de dar por culminada la controversia, o un laudo arbitral, el órgano resolutorio puede sancionar con una multa entre una (1) Unidad Impositiva Tributaria y doscientos (200) Unidades Impositivas Tributarias. Para la graduación se observan los criterios establecidos en el presente Código y supletoriamente, los criterios que establece la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento

97. Estos criterios sirven como parámetro de juicio para una mayor objetividad de la gravedad de la infracción y la imposición de la sanción, en garantía de los derechos del infractor.
98. En la Única Disposición Complementaria Final del Decreto Supremo N° 006-2014-PCM, publicada el 23 de enero de 2014 y vigente a partir del 23 de abril de 2014, se establece que los factores necesarios para la determinación de la multa a imponer por los órganos resolutive del Indecopi son: el beneficio ilícito (o, en forma alternativa, el daño) dividido entre la probabilidad de detección y el resultado multiplicado por los factores atenuantes y agravantes.

Administrativo General o la norma que lo sustituya o complemente.

Las sanciones administrativas son impuestas sin perjuicio de las medidas correctivas que ordene el órgano resolutive y de la responsabilidad civil o penal que correspondan.

Artículo 112.- Criterios de graduación de las sanciones administrativas

Al graduar la sanción, el órgano resolutive puede tener en consideración los siguientes criterios:

1. El beneficio ilícito esperado u obtenido por la realización de la infracción.
2. La probabilidad de detección de la infracción.
3. El daño resultante de la infracción.
4. Los efectos que la conducta infractora pueda haber generado en el mercado.
5. La naturaleza del perjuicio causado o grado de afectación a la vida, salud, integridad o patrimonio de los consumidores.
6. Otros criterios que, dependiendo del caso particular, se considere adecuado adoptar.
Se consideran circunstancias agravantes especiales, las siguientes:
 1. La reincidencia o incumplimiento reiterado, según sea el caso.
 2. La conducta del infractor a lo largo del procedimiento que contravenga el principio de conducta procedimental.
 3. Cuando la conducta infractora haya puesto en riesgo u ocasionado daño a la salud, la vida o la seguridad del consumidor.
 4. Cuando el proveedor, teniendo conocimiento de la conducta infractora, deja de adoptar las medidas necesarias para evitar o mitigar sus consecuencias.
 5. Cuando la conducta infractora haya afectado el interés colectivo o difuso de los consumidores.
 6. Otras circunstancias de características o efectos equivalentes a las anteriormente mencionadas, dependiendo de cada caso particular.Se consideran circunstancias atenuantes especiales, las siguientes:
 1. La presentación por el proveedor de una propuesta conciliatoria dentro del procedimiento administrativo que coincida con la medida correctiva ordenada por el órgano resolutive.
 2. Cuando el proveedor acredite haber concluido con la conducta ilegal tan pronto tuvo conocimiento de la misma y haber iniciado las acciones necesarias para remediar los efectos adversos de la misma.
 3. En los procedimientos de oficio, promovidos por una denuncia de parte, cuando el proveedor se allana a la denuncia presentada o reconoce las pretensiones en ella contenidas, se da por concluido el procedimiento liminarmente, pudiendo imponerse una amonestación si el allanamiento o reconocimiento se realiza con la presentación de los descargos; caso contrario la sanción a imponer será pecuniaria. En aquellos casos en que el allanamiento o reconocimiento verse sobre controversias referidas a actos de discriminación, actos contrarios a la vida y a la salud y a sustancias peligrosas, se considera como un atenuante pero la sanción a imponer será pecuniaria. En todos los supuestos de allanamiento y reconocimiento formulados con la presentación de los descargos, se exonera al denunciado del pago de los costos del procedimiento, pero no de las costas.
 4. Cuando el proveedor acredite que cuenta con un programa efectivo para el cumplimiento de la regulación contenida en el presente Código, para lo cual se toma en cuenta lo siguiente:
 - a. El involucramiento y respaldo de parte de los principales directivos de la empresa a dicho programa.
 - b. Que el programa cuenta con una política y procedimientos destinados al cumplimiento de las estipulaciones contenidas en el Código.
 - c. Que existen mecanismos internos para el entrenamiento y educación de su personal en el cumplimiento del Código.
 - d. Que el programa cuenta con mecanismos para su monitoreo, auditoría y para el reporte de eventuales incumplimientos.
 - e. Que cuenta con mecanismos para disciplinar internamente los eventuales incumplimientos al Código.
 - f. Que los eventuales incumplimientos son aislados y no obedecen a una conducta reiterada.
 5. Otras circunstancias de características o efectos equivalentes a las anteriormente mencionadas dependiendo de cada caso particular.

99. De forma preliminar al cálculo de multa, esta Secretaría Técnica considera pertinente indicar que, en atención al Principio de Predictibilidad¹³, las actuaciones de la administración buscan que los administrados puedan tener una comprensión cierta sobre los resultados posibles que se podrían obtener en la tramitación de los procedimientos administrativos.
100. Asimismo, las imposiciones de sanciones en los procedimientos administrativos sancionadores tienen como objetivo modificar la conducta de los administrados, esto es, disuadirlos de la comisión de infracciones administrativas. Para ello, la sanción a imponer debe resultar más gravosa que el beneficio ilegalmente obtenido por la conducta ilícita.
101. En ese sentido, para efectos del cálculo de la sanción, el Principio de Predictibilidad debe aplicarse en el extremo referido a los criterios de graduación de la sanción y, por tanto, la administración debe tomar en cuenta los criterios previamente utilizados en anteriores pronunciamientos, siempre que en el caso que se está analizando concurren los mismos supuestos.
102. Por su parte, al momento de determinar el monto de la multa a imponerse, corresponde aplicar el Principio de Proporcionalidad¹⁴, de acuerdo a los criterios establecidos en el TUO de la LPAG, a fin de que se cumpla el objetivo disuasivo de la sanción.
103. En sus descargos UBER alegó que, el cálculo de multa propuesto haga referencia a un “daño”, el cual no es generado su representada, por lo que no debería serle atribuible.
104. Al respecto, se debe precisar a la administrada que, en la medida que la omisión de brindar información relevante es responsabilidad de su representada, el daño producido por dicha omisión resulta imputable a UBER, por lo que carece de validez lo alegado en su defensa.

¹³ **TUO de la LPAG**

Artículo IV. Principios del procedimiento administrativo

1. El procedimiento administrativo se sustenta fundamentalmente en los siguientes principios, sin perjuicio de la vigencia de otros principios generales del Derecho Administrativo:

1.15. Principio de predictibilidad o de confianza legítima. - La autoridad administrativa brinda a los administrados o sus representantes información veraz, completa y confiable sobre cada procedimiento a su cargo, de modo tal que, en todo momento, el administrado pueda tener una comprensión cierta sobre los requisitos, trámites, duración estimada y resultados posibles que se podrían obtener.

Las actuaciones de la autoridad administrativa son congruentes con las expectativas legítimas de los administrados razonablemente generadas por la práctica y los antecedentes administrativos, salvo que por las razones que se expliciten, por escrito, decida apartarse de ellos.

La autoridad administrativa se somete al ordenamiento jurídico vigente y no puede actuar arbitrariamente. En tal sentido, la autoridad administrativa no puede variar irrazonable e inmotivadamente la interpretación de las normas aplicables.

¹⁴ DANÓS ORDOÑEZ, Jorge. Comentarios a la nueva Ley del Procedimiento Administrativo General. Ara Editorial E.I.R.L. 2005. Lima. Pág. 42.

“El principio de razonabilidad, también conocido como proporcionalidad en otros ordenamientos, postula la adecuación entre medios y fines, de modo que la Administración Pública no debe imponer ninguna carga, obligación, sanción o prestación más gravoso que la que sea indispensable para cumplir con las exigencias del interés público”.

105. Finalmente, UBER manifestó que no se ha sustentado debidamente porqué la probabilidad de detección de la infracción asciende a 75%, ya que siendo que tanto los consumidores y la autoridad administrativa están en capacidad de advertir fácilmente la existencia de una variación en el cobro correspondería que la Comisión considerase una probabilidad alta, esto es, del 100%.
106. Sobre el particular, se debe precisar que la probabilidad de detección está sujeta a la posibilidad de la administración de advertir la existencia de la comisión de infracciones, la cual estará en función a la realización de actividades para la obtención de los indicios suficientes.
107. En el presente caso, para detectar que la conducta imputada a la administrada constituía afectación del deber de información relevante no solo se actuó con la aplicación móvil sino se evidenció los montos cargados a los consumidores.
108. Asimismo, cabe señalar que se advirtió la conducta imputada a la administrada por reclamos presentados por los consumidores, para lo cual se tuvo que realizar acciones de supervisión a fin de poder recabar información suficiente, sin la cual no se habría detectado. Por lo que, a criterio de este Colegiado, la probabilidad de detección a aplicar debe ser media, esto es, con 50%. Por lo que debe rechazarse lo alegado en su defensa.
109. Teniendo en cuenta los criterios señalados, la Comisión ha graduado la sanción para la siguiente infracción de la siguiente manera:
110. Para el presente caso la sanción a imponer se calculará realizando una estimación del daño derivado del incumplimiento, dividido entre la probabilidad de detección.
 - **Daño**
111. El daño ocasionado a los consumidores está representado por el perjuicio en las expectativas económicas de los consumidores en el uso del aplicativo móvil de UBER, puesto que se estuvo cobrando a estos en una moneda distinta a la informada, cuando se utilizan tarjetas de crédito o débito como medio de pago de los servicios del aplicativo móvil de UBER.
112. Para cuantificar el daño se tendrá en cuenta la diferencia entre el monto consignado en el cobro de servicios en el aplicativo móvil de UBER (monto consignado en nuevos soles, S/), y el monto cobrado en las tarjetas de crédito y débito (monto consignado en dólares americanos, US\$), en su equivalencia a soles.
113. El monto cobrado en dólares americanos (US\$) se convierte a su valor en nuevos soles utilizando para ello el tipo de cambio de venta promedio (S/ por US\$) que se utiliza en el mercado cambiario (bancario e informal), teniendo en cuenta que los consumidores tienen que obtener dólares en este mercado.

114. En este sentido, teniendo en cuenta la información remitida por los bancos emisores de tarjetas de crédito o débito¹⁵, sobre los cobros efectuados a los consumidores en dólares americanos y el monto informado a los consumidores según el aplicativo móvil de UBER, y además información que publica el Banco Central de Reserva del Perú sobre el tipo de cambio de venta promedio que se utiliza en el mercado bancario e informal¹⁶; el daño, en el periodo de información remitida por los bancos, se estima en:

Cuadro 1

Estimación del Daño en el periodo informado por los bancos emisores

| Banco informante (a) | Periodo de información, en meses (b) | Operaciones afectadas (c) | Daño, S/ (d) | Daño promedio mensual, S/ (e) |
|--|--------------------------------------|---------------------------|-----------------|-------------------------------|
| Interbank | 3 | 42,569 | 3,201.52 | 1,067.17 |
| BCP | 2 | 7,274 | 3,337.70 | 1,668.85 |
| Daño en el periodo de información | | | 6,539.22 | |

(a) Fuente: Expediente N° 99-2016-GSF y 52-2016-GSF

(b) Fuente: Expediente N° 99-2016-GSF y 52-2016-GSF

(c) Cantidad de operaciones que resultan con una diferencia entre el monto informado de cobro por el aplicativo móvil de UBER (S/) y el monto cobrado por los bancos emisores (US\$) en su equivalencia en nuevos soles, utilizando el tipo de cambio promedio de venta en el mercado, en perjuicio del consumidor.

(d) Resultado de la diferencia entre el monto informado de cobro por el aplicativo móvil de UBER (S/) y el monto cobrado por los bancos emisores (US\$) en su equivalencia en nuevos soles, utilizando el tipo de cambio promedio de venta en el mercado.

(e) Resultado de (d) / (b)

Elaboración: GSF

115. En consecuencia, el daño en el periodo informado asciende a S/ 6,539.22. Sin embargo, teniendo en cuenta que el periodo de infracción es hasta el 18/10/2016¹⁷, se procede a estimar el daño en el resto del periodo de infracción, teniendo en cuenta el daño promedio mensual según el banco informante, según lo siguiente:

Cuadro 2

Estimación del Daño en el resto del periodo de infracción

| Banco informante (a) | Resto del periodo de infracción, en meses (b) | Daño promedio mensual, S/ (c) | Daño, S/ (d) |
|---|---|-------------------------------|------------------|
| Interbank | 6.6 | 1,067.17 | 7,043.32 |
| BCP | 7.7 | 1,668.85 | 12,850.15 |
| Daño en el resto del periodo de infracción | | | 19,893.47 |

¹⁵ Información proporcionada por el Banco de Crédito del Perú en el periodo de enero y febrero de 2016, e Interbank en el periodo de enero hasta marzo de 2016.

¹⁶ Fuente: <https://estadisticas.bcrp.gob.pe/estadisticas/series/diarias/tipo-de-cambio-nominal>

¹⁷ En esta fecha UBER envía un escrito señalando que ya adecuó la información de su aplicativo móvil.

- (a) Fuente: Expediente N° 99-2016-GSF y 52-2016-GSF
 - (b) En el caso de Interbank, meses transcurridos desde el 1 de abril de 2016 hasta el 18 de octubre de 2016, en el caso de BCP, desde el 1 de marzo de 2016 hasta el 18 de octubre de 2016.
 - (c) Ver Cuadro 1.
 - (d) Resultado de (b) * (c)
- Elaboración: GSF

116. Por lo tanto, el daño estimado en los periodos indicados asciende a S/ 26,432.69 (resultado de S/ 6,539.22 + S/ 19,893.47). Ahora, considerando que el daño estimado se calculó tomando en cuenta el valor del daño generado a los consumidores a la fecha de infracción, es necesario realizar una actualización de dicho monto, el cual deba reflejar el costo de oportunidad del valor del dinero perdido en el tiempo por parte de los consumidores, desde la comisión de la infracción hasta la fecha de cálculo de multa.
117. En este contexto, el costo de oportunidad del dinero de los consumidores está constituido por el sacrificio en el consumo presente por parte de los consumidores y debe ser medido por la tasa de preferencia del tiempo, la cual refleja el incremento en el consumo futuro que los miembros de la sociedad desean como recompensa por cada unidad de consumo presente que ha sido sacrificada. La tasa de preferencia por el tiempo se mide por la rentabilidad promedio de los instrumentos de ahorro disponible para los consumidores en el mercado de capitales, el cual asciende a 10.68% anual¹⁸. Con dicha información, el daño asciende S/ 28,284.50¹⁹.

- **Probabilidad de detección**

118. La probabilidad de detección recoge la percepción que tiene el agente infractor sobre la posibilidad que pueda ser detectado por la administración, lo cual está relacionado con la capacidad y el esfuerzo que realiza el Estado para detectar el incumplimiento; en el presente caso, teniendo en cuenta las características de la infracción, en la medida que la conducta infractora pudo ser detectado mediante la información proporcionada en el aplicativo móvil de UBER, pudiendo la administración recabar dicha información de forma sencilla, sin embargo, cabe destacar que para a la detección de la infracción ha sido necesario recabar información de los consumidores y analizar copiosa y variada documentación, a eso se aúna la complejidad para procesar la información, tal es así que fue necesario solicitar el apoyo técnico del equipo de economistas de la GSF y efectuar varios requerimientos de información al administrado y a los operadores bancarios. Asimismo, cabe mencionar que resulta materialmente imposible la fiscalización del total de operaciones que realiza esta empresa en el mercado, en

¹⁸ Ministerio de Economía y Finanzas. 2012. *Actualización de la tasa social de descuento*. Disponible en https://www.mef.gob.pe/contenidos/inv_publica/docs/estudios_documentos/estudios/Actualizacion_TSD_Junio_2012.pdf

¹⁹ Al respecto, debe considerarse para el cálculo del daño los siguientes factores:

- Monto del daño, S/ 26,432.69.
- Tasa de preferencia por el tiempo, 10.68% anual, y aplicando a su equivalencia mensual: $(1+10.68\%)^{1/12}-1 = 0.85\%$ mensual.
- Meses transcurridos desde la fecha de cálculo del daño, octubre de 2016, hasta la fecha de cálculo de multa (mes culminado), junio de 2017, 8 meses.
- Daño = S/ 26,432.69 * $[(1 + 0.85\%)^8] = S/ 28,284.50$.

la medida que se realizan múltiples transacciones en este mercado. En tal sentido, se considera que la probabilidad de detección es media, por lo que corresponde asignar 50%.

- **Factor atenuante**

119. En el presente caso el administrado acreditó haber concluido con la conducta ilegal, por lo tanto, corresponde atenuar la multa según el artículo 112 de Código²⁰. Según lo establecido por dicha norma, la multa puede ser reducida hasta un monto no menor de la mitad de su importe, por lo tanto, considerando que en el presente caso se detectó una infracción con repercusiones directas al patrimonio de los consumidores corresponde atenuar la multa en un 10%.

- **Cálculo de multa**

120. Con los resultados precedentes el cálculo de la multa para esta infracción se presenta en el siguiente cuadro:

Cuadro 3
Calculo de multa

| Descripción | Valor |
|-------------------------------|------------------|
| Daño, en S/ (a) | 28,284.50 |
| Probabilidad de detección (b) | 0.5 |
| Factor atenuante (c) | 10% |
| Multa, en S/* | 50,912.10 |
| Multa en UIT | 12.5 |

* Resultado de (a) / (b) * (1 -- (c))

Elaboración: GSF

121. Considerando lo antes mencionado, corresponde sancionar a UBER con una multa ascendente a 12.5 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).

C. Sanción final

122. Por las consideraciones expuestas, corresponde sancionar a UBER con 12.5 UIT, por incumplir lo establecido en el artículo 2 del Código.

²⁰

Código

Artículo 112.- Criterios de graduación de las sanciones administrativas

(...)

Se consideran circunstancias atenuantes especiales, las siguientes:

2. Cuando el proveedor acredite haber concluido con la conducta ilegal tan pronto tuvo conocimiento de la misma y haber iniciado las acciones necesarias para remediar los efectos adversos de la misma. (...)

D. Sobre el Registro de Infracciones y Sanciones

123. Este Colegiado dispone la inscripción de las infracciones y sanciones a que se refiere la presente Resolución en relación a UBER, en el Registro de Infracciones y Sanciones del Indecopi, una vez que la resolución quede firme en sede administrativa, conforme a lo establecido en el artículo 119⁴¹ del Código.

SE RESUELVE:

PRIMERO: Sancionar a UBER PERÚ S.A. con una multa ascendente a 12.5 UIT²¹, por infracción a lo establecido en el artículo 2 de la Ley 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor, toda vez que no cumplió con su obligación de brindar a los consumidores información relevante para una adecuada decisión de consumo, dado que omitió informar a los consumidores -en su aplicación móvil- que los servicios brindados a través de la misma podrían cobrarse, por los bancos emisores de las tarjetas de crédito o débito, en una moneda distinta a la informada cuando éstas se utilizan como medios de pago. Dicha multa será rebajada en 25% si el administrado consiente la presente resolución y procede a cancelar la misma en un plazo no mayor a quince (15) días hábiles contado a partir de la notificación de la presente resolución, conforme a lo establecido en el artículo 113 de la Ley 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor.

SEGUNDO: Informar a UBER PERÚ S.A., que la presente resolución tiene eficacia desde el día de su notificación y no agota la vía administrativa. En tal sentido, se informa que de conformidad con lo dispuesto por el artículo 216²² del Texto Único Ordenado de la Ley 27444 - Ley del Procedimiento Administrativo General, cabe la presentación del recurso de apelación. Se señala que dicho recurso deberá ser presentado ante la Comisión en un plazo máximo de quince (15) días hábiles contado a partir del día siguiente de su notificación, caso contrario, la resolución quedará consentida.

TERCERO: Disponer la inscripción de las infracciones y sanciones a que se refiere la presente Resolución en relación a la UBER PERÚ S.A., en el Registro de Infracciones

⁴¹ **Código**

Artículo 119.- Registro de infracciones y sanciones

El Indecopi lleva un registro de infracciones y sanciones a las disposiciones del presente Código con la finalidad de contribuir a la transparencia de las transacciones entre proveedores y consumidores y orientar a estos en la toma de sus decisiones de consumo. Los proveedores que sean sancionados mediante resolución firme en sede administrativa quedan automáticamente registrados por el lapso de cuatro (4) años contados a partir de la fecha de dicha resolución.

La información del registro es de acceso público y gratuito.

²¹ Dicha cantidad deberá ser abonada en la Tesorería del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de Protección de la Propiedad Intelectual - INDECOPI - sito en Calle La Prosa 104, San Borja.

²² **TUO de la LPAG**

Artículo 216

216.1 Los recursos administrativos son:

- a) Recurso de reconsideración.
- b) Recurso de apelación.

Solo en caso que por ley o decreto legislativo se establezca expresamente, cabe la interposición del recurso administrativo de revisión.

216.2 El término para la interposición de los recursos es de quince (15) días perentorios, y deberán resolverse en el plazo de treinta (30) días. (...)

y Sanciones del Indecopi, una vez que la resolución quede firme en sede administrativa, conforme a lo establecido en el artículo 119 de la Ley 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor.

Con la intervención de los señores Comisionados: Alberto Cairampoma Arroyo, Guiselle Romero Lora, Lennin Quiso Córdova y Julio Aguirre Montoya.

ALBERTO CAIRAMPOMA ARROYO
Presidente