



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES

ESCUELA PROFESIONAL DE DERECHO

Acuerdos Interinstitucionales en la denominación comercial y competencia de alimentos y bebidas industrializadas en Lince, 2022

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Abogada

AUTORA:

Diaz Alvarez, Karol Yanelly (orcid.org/0000-0001-9807-9316)

ASESORA:

Dr. Garcia Gutierrez, Endira Rosario (orcid.org/0000-0001-9586-1492)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Estudio Sobre Los Actos Del Estado y Su Regulación Entre Actores Interestatales y En La Relación Público Privado, Gestión Pública, Política Tributaria y Legislación Tributaria

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Fortalecimiento de la democracia, liderazgo y ciudadanía

LIMA - PERÚ

2023

DEDICATORIA

A mi padre, por impulsarme a estudiar esta hermosa carrera. A mi madre por su apoyo incondicional en este largo periodo de la carrera. A mi abuela Carmen por ser mi motivación en todo momento.

AGRADECIMIENTO

A mi asesora, por su dedicación y paciencia en el desarrollo de la investigación. Al Mg. Oscar Caballero por impartir sus conocimientos con tanta pasión y entrega que logró influir en mí para poder realizar el trabajo de investigación en la materia de propiedad intelectual.

A cada uno de los participantes, por su tiempo y destreza, quienes fueron de gran importancia para contribuir con la producción científica.



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES
ESCUELA PROFESIONAL DE DERECHO**

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, GARCIA GUTIERREZ ENDIRA ROSARIO, docente de la FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES de la escuela profesional de DERECHO de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis titulada: "ACUERDOS INTERINSTITUCIONALES EN LA DENOMINACION COMERCIAL Y COMPETENCIA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS INDUSTRIALIZADAS EN LINCE, 2022", cuyo autor es DIAZ ALVAREZ KAROL YANELLY, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 7.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

LIMA, 25 de Noviembre del 2023

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
ENDIRA ROSARIO GARCIA GUTIERREZ DNI: 29116305 ORCID: 0000-0001-9586-1492	Firmado electrónicamente por: EGARCIAGU el 29- 11-2023 08:27:27

Código documento Trilce: TRI - 0664859



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES
ESCUELA PROFESIONAL DE DERECHO**

Declaratoria de Originalidad del Autor

Yo, DIAZ ALVAREZ KAROL YANELLY estudiante de la FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES de la escuela profesional de DERECHO de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, declaro bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "ACUERDOS INTERINSTITUCIONALES EN LA DENOMINACION COMERCIAL Y COMPETENCIA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS INDUSTRIALIZADAS EN LINCE, 2022", es de mi autoría, por lo tanto, declaro que la Tesis:

1. No ha sido plagiada ni total, ni parcialmente.
2. He mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicada, ni presentada anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de la información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

Nombres y Apellidos	Firma
KAROL YANELLY DIAZ ALVAREZ DNI: 72692413 ORCID: 0000-0001-9807-9316	Firmado electrónicamente por: KDIAZAL27 el 25-11- 2023 09:32:19

Código documento Trilce: TRI - 0664861

Índice de contenidos

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	iv
ÍNDICE DE TABLAS	V
RESUMEN	vi
ABSTRACT	vii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO	4
III. METODOLOGÍA	12
3.1 Tipo y Diseño de Investigación.....	12
3.2 Categoría, subcategorías y matriz de categorización	13
3.3. Escenario de estudio	14
3.4. Participantes	14
3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	16
3.6 Procedimiento	17
3.7 Rigor científico.....	17
3.8 Método de análisis de datos.....	18
3.9 Aspectos éticos	19
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	20
V. CONCLUSIONES.....	43
VI. RECOMENDACIONES.....	44
REFERENCIAS	45
ANEXOS.....	51

Índice de tablas

Tabla N° 01: Matriz de categorización	13
Tabla N° 02: Guía de lista de participantes encuestados	15
Tabla N° 03: Guía de análisis documental de jurisprudencia para el objetivo general	15
Tabla N° 04: Guía de análisis documental de doctrina para el objetivo específico 01	16
Tabla N° 05: Guía de análisis documental de normativa para el objetivo específico 02	16
Tabla N° 06: Validación de instrumento por expertos	18

RESUMEN

El presente trabajo tuvo como objetivo general explicar la manera en que la falta de acuerdos interinstitucionales afecta la denominación comercial y competencia de alimentos y bebidas industrializadas. En tal sentido, se recurrió a fuentes como jurisprudencia, doctrina y normativa, aquellos que sirvieron para analizar las vulneraciones que afectan a los consumidores provenientes de la industria alimentaria. A nivel metodológico, la investigación empleó un enfoque cualitativo de tipo básico, con un diseño de teoría fundamentada, en la que se aplicaron técnicas de análisis de documentos y entrevistas que permitieron desarrollar los objetivos versados en la investigación. De los resultados, se determinó que la falta de homogeneidad de criterios se evidencia en la denominación del producto en su registro sanitario que podría generar un conflicto de competencias, el hecho no contar con parámetros para las denominaciones en los productos, en tal sentido, es necesario reforzar la legislación alimentaria en el país. Por último, se concluyó que la falta de los acuerdos entre instituciones afecta notablemente a la economía de las industrias y a la salud de los consumidores. Se recomienda a digesa e Indecopi que establezcan una cooperación interinstitucional, a fin de no trasgredir los derechos de los consumidores y empresarios.

Palabras Clave: *Competencia de alimentos, publicidad engañosa, registro sanitario, protección al consumidor.*

ABSTRACT

The general objective of this paper was to explain how the lack of inter-institutional agreements affects the commercial denomination and competition of industrialized food and beverages. In this sense, sources such as jurisprudence, doctrine and regulations were used to analyze the violations that affect consumers from the food industry. At the methodological level, the research used a basic qualitative approach, with a grounded theory design, in which document analysis and interview techniques were applied to develop the research objectives. From the results, it was determined that the lack of homogeneity of criteria is evident in the denomination of the product in its sanitary registration that could generate a conflict of competences, the fact of not having parameters for the denominations in the products, in such sense, it is necessary to reinforce the food legislation in the country. Finally, it was concluded that the lack of agreements between institutions significantly affects the economy of the industries and the health of consumers. It is recommended to Digesa and Indecopi to establish an inter-institutional cooperation in order not to infringe the rights of consumers and businessmen.

Keywords: *Food competition, misleading advertising, sanitary registration, consumer protection.*

I. INTRODUCCIÓN

El trabajo de investigación consistió en la denominación comercial de los productos alimenticios y bebidas industrializadas, comprendida en la rama de propiedad intelectual, puesto que ello es una característica común de las marcas, dentro del cual se encuentra inmersa la denominación de origen, que tiene la finalidad de poder identificar los productos de acuerdo al lugar geográfico, aunado a ello se brinda una certificación para que este pueda ser reconocido. Por otro lado, de acuerdo a la realidad problemática, es pertinente mencionar que una incorrecta denominación del producto puede inducir a error al consumidor entendiéndose como publicidad engañosa el no declarar con veracidad lo dispuesto en su rotulado, en el caso de bebidas industrializadas se tiene como antecedente a la empresa Grupo Gloria cuya denominación comercial era “leche de soya evaporada” y según lo declarado en su composición, esto no fue verídico, es por ello que se le imputó una multa en una fiscalización posterior (Resolución 0273-2018/SDC).

Respecto a las competencias del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual, en adelante INDECOPI, el mismo que se encuentra regulado en el Reglamento de Organizaciones y Funciones, en la sección III establece que; tiene competencia regular los lemas, nombres comerciales, marcas y denominaciones de origen. Por otro lado, se encuentra la Dirección de Certificaciones y Autorizaciones con su Texto Único de Procedimientos Administrativos del Ministerio de Salud en su procedimiento n° 30 denominado registro sanitario de alimentos de consumo humano, en el que se establece los requisitos para la autorización del mismo, uno de los requisitos más resaltantes para la presente investigación se encuentra regulado en el literal a.2 en el que indica, se debe que realizar una declaración jurada en el que muestre el nombre del producto que refleje la verdadera naturaleza, marca y proyecto de etiqueta, con ello se le brinda a ambas entidades la posibilidad de obtener la competencia, respecto a la denominación del producto en el registro sanitario, toda vez que, se evidenció la presencia de lagunas o vacío legales en lo que respecta la terminación del producto.

Por todo lo antes mencionado, es que surge el conflicto de competencias, por lo que fue sustancial para la investigación formular las siguientes interrogantes ¿De qué manera la falta de acuerdos interinstitucionales en la denominación comercial afecta la competencia de alimentos y bebidas industrializadas en Lima, 2022? Asimismo, se tuvo como problema específico uno ¿De qué manera la denominación del producto implica en la leal competencia ?; y como problema específico dos ¿De qué manera la denominación del producto en el registro sanitario de alimentos y bebidas industrializadas se vulnera a raíz de la publicidad engañosa?

A nivel internacional, Sanz (2020) en Colombia indica que, en años anteriores el etiquetado de diversos productos contenía infinidad de falsedades, recientemente ello se está controlando y se calcula que en el año 2013 se ha cumplido con la normativa un 24% y en el 2016 un 50%. Por consiguiente, es necesario que se regulen los acuerdos entre las mencionadas instituciones para que haya veracidad en la denominación del producto. De acuerdo a lo antes mencionado en el año 2010 se estableció el Arreglo de Lisboa, que se encuentra dirigido por la Oficina Internacional de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, en siglas OMPI, a cargo del Registro Internacional de las denominaciones de origen, a través de un tratado internacional. Por otro lado, en países como Francia e Italia las denominaciones de origen han sido uno de los ámbitos de influencia arraigados al área rural (Vucetich, 2020).

A nivel nacional, la investigación se centra en la afectación generada por la falta de acuerdos entre las instituciones públicas como Indecopi y Digesa, de modo que causa un perjuicio a todas las industrias del país ya que, una vez otorgado el nombre comercial en su registro sanitario, Indecopi en una fiscalización posterior aplica sanciones, lo que origina una afectación en la economía de las industrias como es el caso de las empresas Laive, Braedt, Nestlé, Gloria entre otros, lo que genera pérdidas económicas a las empresas, en ese sentido, en enero del presente año la empresa Gloria tuvo una pérdida de 124,95 UIT lo que equivale a S/ 618.5025 soles, dicha sanción fue impuesta por consignar una errada denominación comercial en el producto. Asimismo, en el año 2021, Indecopi multó con 5.21UIT (S/ 22 403) y 45,51 UIT (S/ 195 693) a

las empresas Braedt y Laive por no reflejar la verdadera naturaleza de su producto en la denominación comercial, habiendo sido admitida por otra entidad (Boletín Indecopi, 2021).

Por consiguiente, es pertinente señalar que la presente investigación, contiene una justificación teórica, debido a que dará a conocer los criterios de análisis en relación a la denominación comercial y la competencia desleal, asimismo, explicar la afectación generada por la falta de acuerdos interinstitucionales. En consecuencia, se realizó contribuciones teóricas, debido a que se revisará jurisprudencia, doctrina y legislación nacional e internacional, que facultará en el desarrollo de los conceptos mencionados líneas arriba, los mismos que guardan relación con las categorías. Además, contiene una justificación práctica, ya que contribuirá con los funcionarios públicos de las entidades mencionadas, los cuales se encargan de salvaguardar los derechos de los consumidores, se buscará brindar bases teóricas para que se pueda instaurar un acuerdo interinstitucional, a fin de evitar los conflictos de competencia entre entidades. Por último, se aplicó una justificación social debido a que, contribuirá en la disminución las sanciones hacia los empresarios respecto a su denominación comercial brindándose una información veraz y auténtica, en cuanto a los consumidores se beneficiarán debido que no serán inducidos a error.

Al respecto, los objetivos propuestos se dividen en general y específicos, el primero de ellos consiste en explicar de qué manera la falta de acuerdos interinstitucionales afecta la denominación comercial y competencia de alimentos y bebidas industrializadas. Del mismo modo, como objetivo específico uno: analizar de qué manera la denominación del producto implica en la leal competencia y como objetivo específico dos: explicar de qué manera la denominación del producto en el registro sanitario de alimentos y bebidas industrializadas se vulnera a raíz de la publicidad engañosa.

Finalmente, los supuestos de acuerdo a los objetivos determinados; como supuesto general: la falta de acuerdo interinstitucionales afecta en la competencia y denominación comercial de alimentos y bebidas industrializadas; De igual forma, el supuesto específico uno: la denominación del producto implica

en la leal competencia, toda vez que induce a error al consumidor; y como supuesto jurídico específico dos: La denominación del producto en el registro sanitario de alimentos y bebidas industrializadas se vulnera a raíz de la publicidad engañosa.

II. MARCO TEÓRICO

A continuación, se menciona los antecedentes que respaldan el presente trabajo de investigación a nivel internacional y nacional. En Latinoamérica, los mexicanos Montenegro y Cabrera (2022) en su artículo relacionado a la denominación comercial, establece que el conflicto acontece cuando el nombre comercial, marca o denominación social genera una interpretación errónea al consumidor, al no establecer claridad en el producto, se demuestra que cuando se le denomina a un producto un signo distintivo, pero la denominación comercial es totalmente distinta a lo que indica, induce a error al consumidor mediante actos de engaño o confusión.

En Estados Unidos, Helmerich (2022) en su artículo en inglés abocado a la publicidad engañosa afirma, que está prohibido describir o promocionar productos falsos, no puede eludir la responsabilidad de algún tipo o por el daño que genere la descripción errónea de su producto. En la aplicación directa de principios morales preexistentes, se evidenciaron términos como "sin lactosa, sin plomo, sin grasas trans", si estas denominaciones no fuesen verídicas se estaría conduciendo al consumidor a daños en su salud. En razón a ello, es que se implementó la Ley Lanham en donde los anunciantes deben cumplir la descripción del producto, puesto que es negligente realizar variaciones en el producto y mencionar que no contiene, por ello la Ley Federal de Alimentos (...) – FDA, prohíbe el etiquetado falso o engañoso en protección a los consumidores y señala que es necesario que las empresas mencionen todos los aditivos que contienen los productos alimenticios.

En Reino Unido, Howells (2022) en su artículo en inglés relacionado a la Protección al consumidor, refiere que el consumidor se ve afectado conforme evoluciona la tecnología ya que no se realizan adaptaciones a la ley, debido a que se vulneran ciertos derechos de la propiedad intelectual y es imprescindible

tomar en cuenta el principio de precaución, a fin de no afectar a los consumidores a riesgos o engaños por prácticas desleales. For this reason, it is important to maintain transparency with consumers by providing them with information in compliance with the basic standards of quality and safety, as the industry advances, the regulations must be modified taking into account the digital environment.

Domínguez, Fernández & Montaña (2020) en su artículo en inglés vinculado a las declaraciones en las etiquetas de los alimentos, afirma que los nombres o denominaciones que figuran en el etiquetado del producto alimenticio permite que los consumidores identifiquen la calidad y beneficios que contienen. Según el proyecto CLYMBOL, que es uno de los primeros estudios financiados por la Comisión Europea para evaluar los símbolos de marca sanitaria y el estado de las bebidas y alimentos industrializados se analizan términos; sin gluten, menos calorías, sin grasas trans entre otros, estas declaraciones o referencias alimentarias son de gran importancia porque su errónea aplicación puede causar daños en la salud, por ello es importante verificar el etiquetado del producto antes de su comercialización. Por lo tanto, la regulación alimentaria debe ser clara y precisa, a fin de evitar publicidad engañosa, competencia desleal y garantizar la protección de los derechos de los consumidores.

Rhodes (2018) en su artículo en inglés asociado a la publicidad engañosa “misleading advertising” manifiesta que la publicidad engañosa suscita cuando los compradores carecen de información acerca de un producto o servicio, en tal sentido, es necesario implementar parámetros que contengan penas más drásticas para reducir la intensidad de anuncios falsos. Es la persuasión la que perjudica al consumidor al momento de aumentar los precios y luego indicar oferta o promoción cuando ello es alterado para atraer a los consumidores, pero un consumidor diligente tomaría esa publicidad con bajas expectativas debido a que se cuestiona la calidad del producto, es preciso señalar que por parte de los administrados también surgen falsas reclamaciones de manera que son beneficiados con promociones en reparo del daño injustificado.

En Croacia, Butorac, Braut & Zubovic (2021) en su artículo en inglés unfair commercial practices vinculado a las prácticas desleales considera que se debe

uniformizar la legislación en todos los estados debido que al presentarse variaciones en la ley esta no es aplicada en todos los Estados. Asimismo, el autor indica que Croacia es uno de los Estados en regular las prácticas comerciales desleales, es de precisar que la norma se encuentra sujeta a excepciones y derogaciones. Además, la posición dominante en diversas oportunidades consiste de imponer directa o indirectamente una compra desleal, pero al imponer una doble sanción se estaría contraviniendo con el principio *ne bis in ídem*.

En Bélgica, Wim (2019) en su artículo en inglés *misleading advertisign*, refiere que no todos los alimentos que contengan declaraciones que aludan términos saludables son seguros, toda vez que el mercado al carecer de objetividad en razón a ello no es posible comprobar si el término es verídico o no, se espera que los alimentos que contenga dichas declaraciones beneficie la salud de los consumidores, al respecto la EFSA Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria estableció términos en base a la credibilidad y familiaridad para facilitar a los consumidores la identificación de los productos, con la finalidad de que no se genere publicidad engañosa.

En España, Urrea y Blázquez (2023) en su artículo relacionado a la legislación de alimentos, esbozan que la falta de acuerdos a nivel internacional no permite una regulación estandarizada como es el caso de los alérgenos en los alimentos que pese a encontrarse establecido en el Codex Alimentarius, estos solo se encuentran regulados en algunos países como Argentina, Suiza, Sudáfrica y Japón. De no regularse se pone a disposición productos inseguros al consumidor y al haber una flexibilidad en la norma devienen los términos “puede contener alérgeno”, “elaborado en una fábrica que utiliza...”, de modo que no brinda certeza al consumidor, con ello se expone al consumidor a daños en su salud. En la normativa española se brinda la facilidad que los estados puedan establecer medidas, a fin de reforzar los vacíos en la legislación alimentaria, de esta manera, se podría mejorar los procedimientos alimentarios en las empresas, a fin de garantizar alimentos sin alérgenos o que el administrado tenga conocimiento de lo que ingiere. Además, se evitaría la competencia desleal en el mercado y el defectuoso etiquetado.

En Chile, López (2021) en su artículo vinculado a tutela y publicidad desleal, tuvo como objetivo; estructurar la publicidad desleal, puesto que esclarece una usual suposición en los casos de competencia desleal, debido que contiene las siguientes características; engaño, confusión, error lo que genera una discordancia entre entidades.

Aunado a ello, Bernet (2018) en su artículo abocado al cumplimiento de la normativa que sanciona la competencia desleal, determina que en el derecho italiano es subjetivo en la aplicación de la ley de competencia desleal, debido que confronta la función de los empresarios y que ellos sean competidores. Por otro lado, el derecho español denota un diseño objetivo, toda vez que su aplicación es a todas las partes del mercado empresarial que causan una relación de competencia entre el consumidor y el proveedor.

Echegaray (2020) en su tesis enfocada a la competencia desleal en Puerto Rico, tiene como objetivo regular la competencia desleal de manera general en el mercado, puesto que la falta de acuerdos interinstitucionales se evidencia en la falta de transparencia del mercado, afectando a los consumidores y empresarios, es por ello que con la regulación de la norma se logrará tipificar las sanciones que vulneren la libre competencia y permitir que los consumidores tengan una libre elección. En esa misma línea, se encuentra el principio de autonomía y soberanía del consumidor regulado en el Código (2010) define que, el consumidor tiene la facultad de elegir libremente y de manera informada, este es uno de los principios fundamentales puesto que debe brindar información veraz, correcta y oportuna. De igual forma, el Código (2010) señala el principio de buena fe comercial la relación entre un consumidor y proveedor que brinden a este una elección razonada, que las ofertas propuestas al consumidor sean verídicas, con ello brindan transparencia en su comercialización, a fin de prever que se genere una competencia desleal y con ello se vean afectados los consumidores y las demás empresas en el mercado.

En Colombia, De la Maza y López (2021) en su artículo vinculado a la publicidad errónea, tiene como objetivo esclarecer si esta es una nueva condición publicitaria o constituye a la apariencia negativa de la publicidad engañosa, puesto que con ello se ha liberado de responsabilidad de acuerdo a

lo publicitado y el producto que establece una fraudulenta representación de la objetividad de un error justificable identificado por el consumidor.

A nivel nacional, Sosa (2020) en su artículo asociado a la competencia desleal, tiene como objetivo determinar si la regulación de Propiedad Intelectual y Competencia desleal es efectiva, además el uso de marcas de terceros sin autorización alguna en diversas plataformas de Google genera publicidad engañosa tiene alguna sanción. Por último, es necesario que se defina a través de Indecopi la regulación del uso no autorizado de las marcas, que se plasme jurisprudencia para poder establecer criterios y desarrollar doctrina, a fin de que se pueda establecer sanciones.

Gástelo (2021) en su tesis involucrada a la competencia desleal, tiene como objetivo identificar los criterios y competencias interinstitucionales respecto a las municipalidades valiéndose por su Ley Orgánica, con ello se busca evitar la comisión de actos de competencia desleal entre otros delitos o faltas, sin importar que se infrinja la normativa establecida en la Constitución y la Ley de Represión de Competencia desleal, siendo una sanción por parte de otras instituciones en una fiscalización posterior. Por último, existe una contravención al principio de subsidiariedad y a la normativa relacionada a la propiedad intelectual, no excediendo las facultades otorgadas a través de la Ley Orgánica de Municipalidades.

Próspero (2020) en su tesis implicada a la competencia desleal, tiene como objetivo determinar la responsabilidad por la ejecución de actos de competencia desleal, además ello no debe ser juzgado en otras vías como; penal, administrativa, civil entre otras. Se concluyó que se debe verificar la procedencia, competencia del hecho a sancionar y con ello establecer si hay responsabilidad por parte del administrado. De tal modo, que no cualquier autoridad pueda declarar la nulidad de la sanción y no sea visto en diferentes materias sino, en la que corresponde de acuerdo al principio de especialidad.

Granados (2018) en su tesis orientada a la publicidad engañosa tiene como objetivo determinar si es eficaz el control que realiza el Indecopi-Lambayeque frente a la publicidad engañosa y la afectación al consumidor. De acuerdo a la investigación realizada se concluyó que; predomina vacíos legales en la

normativa de propiedad intelectual, con ello no se permite monitorear la publicidad pese a ser los consumidores afectados ya que, son inducidos al error al adquirir productos o servicios que contienen publicidad engañosa.

Piña (2019) en su artículo referente a la propiedad intelectual en China, tiene como objetivo determinar si el incumplimiento de los derechos de propiedad intelectual es originado por los vacíos legales o aplicación irregular en la legislación. Se determinó que China a nivel internacional registra la mayor cantidad de patentes, registro de marcas, entre otros, sin embargo, ello no es excepción para que se cometan ilícitos a la propiedad intelectual, de modo que incurren en delitos como la falsificación, adulteración de productos (piratería), competencia desleal, publicidad engañosa por todo ello, el país asiático se encuentra como mayor producción de mercancía falsificada. En ese sentido, es de gran importancia la relación entre entidades para el amparo de los derechos de propiedad intelectual, para que no se vean afectados los consumidores y los empresarios.

En lo que concierne las teorías y enfoques conceptuales, en la primera categoría se determina que la falta de acuerdos interinstitucionales vulnera la teoría proteccionista, que se encarga tutelar el interés de la industria brindándoles una protección contra la competencia desleal que pretende menoscabar la competencia directa entre los empresarios y el Estado, notablemente en el modelo social no se requiere la presencia de un daño eficaz sino por el contrario basta que surja un comportamiento doloso para que se pueda producir el acto de competencia desleal. En síntesis, el solo hecho de tener la intención de causar algún daño incurriendo en delitos contra la propiedad intelectual y estos no hayan sido consumidos de igual manera se causa el daño. (Bullard & Gonzales, 1999).

Asimismo, en el Código de Protección y Defensa al Consumidor, en lo sucesivo el Código (2010) se regulan ciertos principios como; el principio rector de la política social y económica del Estado, la protección de los derechos de los consumidores, a su vez la Carta Magna (1993) en su art 65°, indica que la *protección al consumidor* consiste en que el Estado se encargue de defender el interés de los consumidores, por tal razón, salvaguarda el derecho a la

información sobre los productos que se encuentran en el mercado evitando que los consumidores sean inducidos a error. A su vez, el principio de primacía de la realidad señalado en el código (2010), determina la verdadera naturaleza de las relaciones económicas en donde subyace al acto jurídico que la expresa.

En ese sentido, surge el principio a la corrección de la asimetría informativa, el cual busca corregir las distorsiones creadas por la misma, entre los proveedores y consumidores, en lo que refiere la dimensión de potestad que se encarga de corregir las prácticas indebidas que se aprovechan de las distorsiones que genera la asimetría, lo que se busca con ello es resarcir la afectación hacia el consumidor y revertir los efectos causados. Del mismo modo, el Código señala el principio de iniciativa pro consumidor se busca sancionar la publicidad engañosa que afecte la salud, la importancia de ello es que muchas veces para el consumidor es muy dificultoso denunciar o reclamar por falta de pruebas y que el Indecopi mediante oficio sancione salvaguardando el interés de los consumidores.

Por consiguiente, el Código (2010) define el término de consumidor como personal natural o jurídica que utiliza o disfruta un producto o servicio sea propio o impropio, sea un ámbito ajeno a una actividad empresarial o profesional (...). Al respecto, Villalba (2009) señala que no hay definición concreta en Colombia, afectando al consumidor en aplicación de estatutos, señala que es necesario implementar un sistema que proteja a este para erradicar los vacíos legales. Por otro lado, señala que en Europa se le denomina consumidor al individuo que se contrata para actividades profesionales o empresariales que satisfagan sus necesidades.

En lo que concierne a los acuerdos interinstitucionales, se encuentra establecido en el art. 6 del Decreto Supremo N° 031-2007-RE señala que es un convenio interinstitucional, el cual puede ser reglamentado por el derecho internacional público o por acuerdo interno entre instituciones de administración pública, en el caso en concreto el acuerdo sería entre INDECOPI y DIGESA para la regulación de la denominación comercial en lo que concierne los alimentos y bebidas industrializadas. Por lo que, el término denominación comercial es un término que lo ha impuesto DIGESA, al momento de que el administrado solicite

su registro sanitario, no hay definición concreta de ello. Sin embargo, la CAN lo define como signo que identifica alguna actividad económica, empresa o algún establecimiento, cabe precisar que, los nombres comerciales se diferencian con la denominación comercial (Art 190° Comunidad de Naciones Unidas). Por todo ello, el autor Díez (2004) señala que; ha sufrido una serie de mutaciones para poder obtener una figura sólida, como un signo distintivo para su inscripción en el registro. De acuerdo a la teoría de la complementariedad se establece que, los Estados cuentan con una competencia y autoridad para investigar los delitos internacionales para un caso específico como es la denominación comercial.

De la misma forma, en el Decreto Supremo N° 007-98-SA en su art. 101° refiere que, la autoridad que posee la competencia de los alimentos y bebidas a nivel nacional, para inscribir, modificar, reinscribir es la DIGESA del Ministerio de Salud. Aunado a ello, en el mismo marco normativo en su art 116° hace referencia que todo alimento debe contener un rotulado, en relación a ello el Código en el art 32° hace referencia que dicha competencia le corresponde a la regulación de la materia que se entiende que es Digesa la autoridad sanitaria del Ministerio de Salud, o en su defecto lo establecido en el Codex Alimentarius. Por otro lado, el Decreto Legislativo N° 1304 (2016) Ley de Etiquetado (...) indica en su art 10° que, es el Ministerio de la Producción quien se encarga de sancionar el incumplimiento o infracción que contravenga lo dispuesto en el Código respecto al etiquetado. Toda vez que, se refleja la verdadera naturaleza del producto, sin generar o inducir a engaño al consumidor de lo último corresponde la competencia al INDECOPI.

En cuanto a la publicidad engañosa López (2004) señala que es una vulneración a la normatividad, debido a que afecta el consentimiento de las partes y para evitarlo es necesario la veracidad de la manifestación. Además, se considera engañosa cuando se induce a error al consumidor final del producto, a través del aviso publicitario por la omisión de caracteres en la información o que el aviso sea ambiguo de manera que el consumidor intérprete erróneamente, es por ello que no solo se espera que se cometa el error, sino que el hecho que la publicidad conlleve a error ya se realiza la infracción, a diferencia de la publicidad falsa se denomina a todo contenido que sea contrario a la verdad

según sea su denominación comercial, rotulado, entre otros. En la doctrina Macias (2017) infiere que; existen vacíos legales en lo que precisa los tipos de publicidad engañosa, estos pueden ser por omisión ante la insuficiencia de información sea total o parcial mientras que la publicidad por acción hace referencia a la comunicación errada tergiversar la publicidad o genere cuando se genere ambigüedad.

Guzmán (2011) en su artículo relacionado a la competencia desleal en Perú precisa que, el derecho a la competencia es un mecanismo de intervención administrativa en la economía el cual se encarga del cumplimiento de ciertos principios que permiten que se dé una libre y leal competencia en el mercado. En relación a ello, la Ley de Represión de la Competencia Desleal describe objetivamente como una actividad contraria a la norma y al comercio que tiene la responsabilidad de guiar la competencia. Cabe precisar que, ello opera de una manera posterior a las conductas punibles, asimismo, se encuentra amparado en el art 6° de la Ley, todos los actos que son contrarios a la buena fe empresarial, puesto que aquellos actos tienen la finalidad de entorpecer el comercio empresarial.

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo y Diseño de Investigación

La investigación se realizó bajo el enfoque cualitativo, puesto que permitió describir y evaluar diversas técnicas como la entrevista y análisis documental, cabe señalar que dicho enfoque concierne otras técnicas en donde destaca la observación, la historia de vida, el grupo focal, las cuales no fueron aplicadas en la presente investigación por encontrarse fuera de contexto. En relación a ello Sánchez (2019) determinó que el enfoque cualitativo consiste en la descripción profunda del fenómeno, a fin de interpretar y poner en práctica a través de los métodos y técnicas que devienen de una circunstancia o acontecimiento sostenido en datos no numéricos sino epistémicos. De tal manera que, enfoca su interés en situaciones reales en las que interviene el ser humano en las que surge creación de matrices o teorías.

Por consiguiente, el tipo de investigación aplicado fue básico, por lo que para su desarrollo se recurrió a fuentes como libros, tesis, artículos de opinión y revistas indexadas a nivel nacional e internacional para un mayor acervo documentario en la investigación. Muntané (2018) establece que, la investigación de tipo básica recibe la denominación de teórica, pura o dogmática debido a que su procedencia deviene de un marco teórico y es ahí donde reside, de manera que permite amplificar los conocimientos científicos, pero sin dejar de lado los aspectos prácticos.

En lo que comprende al diseño de investigación, se ha desarrollado la teoría fundamentada, ya que a través de las conceptualizaciones es que se llegaron a crear proposiciones las cuales servirá como base para mayores investigaciones y posteriormente sean desarrolladas o aplicadas en otro tipo de estudio. Cuñat (2007) lo define como la construcción de conceptos, hipótesis, proposiciones que parten con los datos que se obtienen y no de suposiciones a priori. Es decir, con el propósito de sostener la realidad asentada y observada, asimismo, efectúa un análisis y prelación de los datos que se logran, motivado en evaluaciones documentales que se sustentan de estudios fundamentados de diversos libros y teorías perpetradas, con la finalidad de disponer de información relevante que se relacione con el tema abordado, desarrollando de esa manera un marco teórico.

3.2 Categoría, subcategorías y matriz de categorización

Tabla N° 01 Matriz de categorización

Categorías	Definición conceptual	Subcategorías
Acuerdos Interinstitucionales en la denominación comercial Es un convenio que puede ser regido por el derecho internacional o por el ordenamiento interno de las instituciones públicas, se rige bajo acuerdos que no estén estipulados en el art 56 de nuestra carta magna (Mezarina, 2019).		Conflicto de competencias
		Actos de confusión
Competencia de alimentos y bebidas industriales La competencia se encuentra regulada en el Reglamento de Funciones de cada entidad, al respecto los conflictos surgidos por actos de las entidades públicas, por acción u omisión vulneran el ordenamiento legal en perjuicio del administrado (Pejoves, 2014)		Competencia desleal
		Publicidad engañosa

3.3. Escenario de estudio

En lo referente al escenario de estudio, se efectuó en la ciudad de Lima, en el distrito de Lince, tal como se estableció líneas arriba en la delimitación territorial de la investigación, en dicho sentido los instrumentos de recolección de datos fueron aplicados en la localidad de Lince en la institución adherente al Ministerio de Salud como es Digesa, asimismo se recolectó información de su base de datos, en tanto de otras plataformas pertenecientes a Indecopi, el Sistema peruano de información jurídica – SPIJ y en diversos sistemas de revistas indexadas relacionados a la competencia desleal, publicidad engañosa y denominación comercial. A su vez, en espacios virtuales en los que se ubican los repositorios de distintas universidades de manera que se recurrió a tesis nacionales e internacionales para su mayor desarrollo.

3.4. Participantes

En la presente investigación han contribuido diez (10) expertos mediante la aplicación de las entrevistas, estos corresponden a profesionales especializados en la materia de la industria alimentaria, derecho administrativo, civil, consumidor, entre otros con más de cinco (05) años de experiencia en el campo y con una alta trayectoria profesional. Además, cuentan con maestría en gestión pública, gerencia de servicio de salud, derecho de la competencia, el consumo y la propiedad intelectual entre otras especializaciones relacionadas al ámbito de estudio e idóneos para ser entrevistado debido a que corresponden con el perfil idóneo que se requiere para el tema en estudio, asimismo mencionados especialistas ocupan altos puestos en el sector público y privado, es por ello que han sido seleccionados para enriquecer la presente investigación.

Tabla N° 02

Guía de lista de participantes entrevistados

Entrevistado	Colegiatura	Años de experiencia	Entidad de trabajo
Heriber Jesús Vidal Diestra	CAL	8	Digesa
Rosana Rosales Bascones	CAL	10	Digesa
Joan Manuel Ontaneda Dora	CAL	10	Digesa
Víctor Antonio Andia Fernández	CAL	82	Digesa
Cesar Rivera Tuppia	CAL	7	Digesa
Rogger Barrios Caballero	CIP	6	Digesa
Indira Valero Gómez	CIP	5	Digesa
Carlos Francisco Sanchez Blas	CNP	12	Digesa
Kattyska Alzamora Rojas	CBP	10	Digesa
Oscar Caballero Hinostroza	CAL	10	Indecopi

Además, se recopiló información de diversas plataformas que contienen artículos indexados y de repositorios de reconocidas universidades, todo ello contribuyó para poder realizar el método de análisis documental.

Tabla N° 03

Guía de análisis documental de jurisprudencia para el objetivo general

Año	Tipo	Sumilla
2023	Resolución Final N°0330	Protección al consumidor, información acerca de los productos.
2020	Resolución N° 1380	Competencia Desleal por parte de Leche Gloria

Para los objetivos específicos se aplicó una guía de análisis documental de doctrina y normativa.

Tabla N° 04

Guía de análisis documental de doctrina para el objetivo específico uno

Autor	Título	Año	Tipo	Fuente
Kholis, R.	"Legal Protection against Unregistered Marks and Unfair Competition Practices "	2023	Artículo de revista	International Journal of Science And Human
Reyes, F.	" Actos de engaño, y publicidad engañosa en defensa de los empresarios y los consumidores, competencia desleal"	2021	Libro	Repositorio Usil

Tabla N° 05

Guías de análisis documental de normativa para el objetivo específico dos

Legislación	Artículo	Detalle
Decreto Legislativo N° 1044	Art 8 9	Ley de represión de competencia desleal

Tabla N° 06

Año	Tipo	Sumilla
2022	Resolución Final N°0191	Protección al consumidor, información acerca de los productos, competencia desleal y actos de engaño.
2018	Resolución N° 0274	Publicidad comercial y Actos de engaño

3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Sobre el particular, es preciso señalar que se utilizó la técnica de la entrevista, según Herrera (2017) señala la técnica de entrevista consiste en que un individuo quién será el entrevistador y solicita datos de la otra persona o de una agrupación de las mismas, con la finalidad de adquirir información acerca de una problemática establecida. Se da por sentado que, para realizar la entrevista se necesita de al menos dos personas que permitan el intercambio de ideas. Por otro lado, se recurrió al análisis documental debido a que se reunió información de diferentes fuentes bibliográficas como lo son las tesis, libros, artículos de investigación, revistas indexadas entre otros. Como

instrumento se empleó la guía de entrevista, según Feria, Matilla y Mantecón (2020) indican que, permite la realización del método en la práctica, precisan que en realidad no se aplica un método sino una guía a base de la teoría. En tal sentido, ello permitió realizar una serie de preguntas permitiendo clasificar la información recogida por parte de los entrevistados. A diferencia de la guía documental que facultó en la investigación con la obtención de jurisprudencia en lo que respecta las resoluciones de Indecopi, a su vez con los diversos artículos o tesis se obtuvo información de revistas indexadas y repositorios de las universidades, como base se recurrió a las diversas legislaciones a nivel nacional e internacional.

3.6 Procedimiento

En lo que respecta la categorización se recolectó información de múltiples autores que permitió obtener las categorías y sub categorías. En el caso de los fundamentos teóricos, se acudió al repositorio de las instituciones estatales y privadas de modo que se pueda recabar los boletines informativos, además se seleccionó tesis de diversas universidades reconocidas para una mayor puntuación, para adquirir la normativa actualizada se acudió al Sistema Peruano de información jurídica – SPIJ, asimismo se realizó un análisis de documentos, para ello se recurrió a revistas indexadas en la que se obtuvo artículos científicos, en los repositorios de las universidades se recabó tesis, por último se recopiló jurisprudencia y doctrina para brindar un mayor alcance al trabajo de investigación. En dicho sentido, se aplicó el método de triangulación de información, es decir, analizar sesgos que otorgan consistencia a la investigación puesto que se fusionan varias metodologías con un mismo objetivo de estudio, de manera que brinda veracidad y solidez a los hallazgos obtenidos a través de la interpretación investigativa (Torres, 2021).

3.7 Rigor científico

El objeto de estudio será evaluado a través del análisis de documentos y la entrevista, el rigor científico permitirá descubrir e interpretar el panorama contextualizando el fenómeno de la competencia desleal y la publicidad engañosa por las restauraciones teóricas y la investigación de relación entre

las interpretaciones (Mendoza y Esparragoza, 2019). En el presente trabajo de investigación se empleó lo siguiente; validez y credibilidad ello concierne a una construcción de datos que han sido aceptados por expertos, de modo que se puede evidenciar con los resultados de las entrevistas. Al respecto, Noreña, Moreno, Rojas & Malpica (2012) determinan que brinda un soporte fundamental a las investigaciones, debido a que se encarga de recoger datos a través de las técnicas, con el fin de obtener un bagaje teórico y las experiencias de los entrevistados. En lo que respecta la transferibilidad o aplicabilidad los autores sostienen que deviene de trasferir logros de los resultados en otro contexto o con otros sujetos, para el caso en específico es de precisar que está relacionado con el registro sanitario emitido por DIGESA, es entonces que puede ser aplicado a nivel nacional. Es importante señalar la consistencia lógica puesto que, es uno de los pilares que contiene el trabajo, debido a que ello le brinda claridad y precisión al lector.

Tabla N° 06:

Validación de instrumentos por expertos

Expertos	Porcentaje
Mg. Carlos Rafael Velarde Aliaga	94.5%
Mg. Liz Viviana Soto Capuena	95%
Mg. José Antonio Reyna Ferreyros	95%

3.8 Método de análisis de datos

Sobre el particular, se aplicó como diseño de investigación la teoría fundamentada, al momento que se interpretó los resultados que fueron emanados a través de los instrumentos aplicados; la entrevista y el análisis documental referente a la denominación comercial y competencia desleal. Cabe señalar que, los métodos empleados fueron hermenéutico, debido que a

que se abordó una comprensión de la normativa, doctrina, jurisprudencia, derecho comparado y se logrará definir las causas que conlleva la falta de acuerdos interinstitucionales y la competencia desleal. En concordancia, Sánchez (2019) señala que ello comprende trascender la interpretación de los actuados a base de información detallada y recolectada. Inductivo, puesto que de la revisión de documentos se desligó las vertientes competencia desleal y publicidad engañosa debido a que partirá desde lo particular a lo general, puesto que ello es su máximo valor, es entonces que a raíz de las respuestas de los expertos se llegó a una conclusión al igual que de la revisión de fuentes bibliográficas. Se denomina así porque el investigador está en continuo dialogo con el especialista para lograr respuestas centradas a la trayectoria de la investigación (Neill y Cortez, 2017). Analítico, en vista que al momento que realizó la revisión de las revistas indexadas en donde se recopiló información relacionada al problema de investigación como es la falta de acuerdos interinstitucionales en la denominación comercial desprendiéndose categorías y subcategorías, es entonces donde se presenta el método analítico que converge el procedimiento exhaustivo el mismo que se descompone en cada uno de sus elementos, se evidencia una gradación desde la aplicación empírica a la concreta (Lopera, Ramírez, Zuluaga y Ortiz, 2010).

3.9 Aspectos éticos

Al respecto, la investigación ha sido elaborada en cumplimiento al derecho de confidencialidad, debido a que se garantizó al participante que la aplicación de la entrevista solo será empleada para fines académicos. Por añadidura, se cumple con principios éticos tal es el caso del principio de autonomía, debido a que se le explicó la problemática al experto y se respetó cada posición adoptada, en el caso del principio de no maleficencia se le indicó al entrevistado que todas las preguntas son académicas y no personales, por tal motivo no le causará perjuicio ni riesgo alguno, en cuanto al principio de beneficencia no habrá un aporte monetario de por medio, pero el estudio realizado aportará en la inocuidad de los alimentos por ende, repercutirá de forma benéfica en su alimentación y que este no sea inducido a error por denominaciones perjudiciales.

Al margen de ello, se citó la totalidad de autores aplicados a la investigación a nivel internacional como nacional, los mismos que se encuentran contemplado en la bibliografía. Al respecto, es menester señalar que la ética fue empleada en todas las fases de la investigación desde el planteamiento del problema hasta el desarrollo de este (Inguillay, Tercero y López, 2020). Por ende, la investigación cumple con los parámetros establecidos en el Manual de APA 7ª edición (American Psychological Association). En la misma línea, se cumplió con los criterios establecidos en la Resolución de Vicerrectorado de Investigación N°062-2023 y demás lineamientos o formatos que impongan la universidad de manera que se actúe bajo los cánones de ética.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Del presente capítulo se desprendieron los resultados de la investigación llevada a cabo, entre los cuales destacan los instrumentos de recolección de datos empleados que a continuación se desarrollaron. En lo que concierne al objetivo general consiste en explicar de qué manera la falta de acuerdos interinstitucionales afecta la denominación comercial y competencia de alimentos y bebidas industrializadas Lince, 2022. Aunado a ello, en la guía de entrevista se planteó como primera interrogante: ¿De qué manera considera usted que la falta de acuerdos interinstitucionales entre Indecopi y Digesa afecta la denominación del producto? Es así que se obtuvo las siguientes respuestas:

Rosales, Caballero, Rivera, Valera y Barrios (2023) Alegan que la falta de homogeneidad de criterios genera una afectación muy perjudicial a la denominación del producto, puesto que debe primar los derechos de los consumidores y tener en cuenta las pérdidas económicas de los empresarios, de manera que la denominación del producto no cuenta con base legal y solo Indecopi, es la entidad de fiscalizar en caso alguna empresa incurra en actos de engaño o confusión, cabe destacar que dicha falta de acuerdos afecta a nivel nacional puesto que Digesa es la única entidad encargada de brindar el registro sanitario, dado que esta falta de delimitación de competencias genera un vacío legal que da un provecho a las empresas debido a que se benefician

al momento de distorsionar el nombre comercial y no reflejan la verdadera naturaleza del producto, a su vez se perjudican debido que en una fiscalización se le impone sanciones correctivas a las empresas.

Por su parte, Andia, Vidal y Ontaneda (2023) refirieron que es un problema significativo; toda vez que, de acuerdo a las funciones que realiza cada entidad, en algún momento se podría generar un conflicto de competencias lo que conllevaría en el peor de los casos en un detrimento de los derechos de los administrados, por ello resulta necesario establecer dichos acuerdos, en razón de intercambiar información que permita conocer más allá de lo contenido en los documentos resolutivos y de esa manera evitar conflicto de competencia, además de que se irrogan derechos y funciones que no corresponde a la Digesa, pues ello corresponde a Indecopi, según lo estipulado en el Código de Protección y Defensa del Consumidor. Aunado a ello, Alzamora (2023) agrega que la falta de estos acuerdos afecta considerablemente los principios de confianza legítima y seguridad jurídica, toda vez que, los administrados confían en la autorización que es otorgada por una entidad, pero luego cuestionada por otra.

En contra posición, Sánchez (2023) refiere que no se debe realizar un acuerdo entre ambas entidades, partiendo de que Digesa se encarga de velar porque el producto no cause daño a la salud de las personas y no en el rotulado. En el mismo tenor, se debe tener en cuenta que el registrar el nombre comercial del producto tiene una duración de 180 días hábiles por instancia (por etapas, publicación, oposición entre otros) y el registro sanitario en 07 días hábiles. Entonces imponer que primero se registre el nombre del producto para la obtención del registro sanitario sería una barrera burocrática.

Como segunda pregunta: ¿De qué manera considera usted que el establecer acuerdos interinstitucionales entre las entidades beneficia a los consumidores y las empresas en lo que respecta a la competencia de alimentos y bebidas industrializadas? En ese sentido, se tuvo las siguientes consideraciones:

Rosales, Vidal, Ontaneda, Alzamora, Rivera, Valera, Barrios (2023) aluden que, supondría un beneficio para los administrados, en tanto se tendría la claridad del procedimiento, implicaría evitar que las empresas asuman costos innecesarios (no solo económicos, sino también de tiempo y esfuerzo), al ser denegada una solicitud haberla presentado en una entidad que se declara no competente o, peor aún, al recibir negativa la solicitud por parte de ambas entidades, justamente al no tener la claridad sobre la aplicación de la normativa. Además, se optimizaría los procedimientos con el objetivo de elevar la los estándares de calidad y ser más céleres, de modo que mejora la viabilidad y operatividad de los procesos. En la misma línea, la publicidad engañosa disminuiría, debido a que se tendría precisión del producto que se obtiene, en concordancia con el principio de asimetría de la información. En consecuencia, Caballero (2023) denota que, la administración pública podría ser beneficiada cuando se presencie actos de competencia desleal en el mercado y la autoridad competente necesite resolver el procedimiento, sea Digesa quien facilite la documentación necesaria a través de este acuerdo. Por otro lado, Andía (2023) evoca que el beneficio impacta positivamente siempre que se tenga delimitadas las funciones de las autoridades administrativas, entonces al establecer el acuerdo buscaría afianzar y regular los vacíos legales entre los procedimientos de ambas entidades. Además, el experto hace alusión que los más beneficiados serían los consumidores, debido que se tendría claridad del producto que se adquieren, por su parte los empresarios se benefician al tener claridad del procedimiento ante la denominación del producto. Sin embargo, Sánchez (2023) señala que no se va generar beneficios para el administrado en ningún aspecto, por el contrario, se le va a generar demoras en la atención y se le impondría una barrera burocrática.

En lo concerniente a la tercera pregunta que consiste en ¿De qué manera considera que debería ser el procedimiento legal de la obtención del registro sanitario? Se hallaron las siguientes respuestas.

Rosales, Andía y Rivera (2023) consideran que el procedimiento administrativo debería ser modificado en los requisitos del TUPA del Ministerio

de Salud, contar con un registro o verificación del nombre del producto, así como se realiza con las marcas del Indecopi, no obstante, hacen referencia que se debería dar la modificación del Decreto Supremo 007-98-SA debido a que dicho estamento legal tiene una vigencia de hace más de 20 años, en ese sentido no cuentan con las actualizaciones necesarias. Por el contrario, Caballero (2023) comenta que al ser una necesidad el contar con nombre comercial, marca y nombre del producto se entiende que esta exigencia obligaría al administrado a que primero registre el signo distintivo y luego realice el trámite para el registro sanitario, sin embargo, dicha información no podría ser del todo clara para el administrado toda vez que ni el Indecopi ni Digesa informan eficazmente sobre dicha exigencia de manera previa, cabe resaltar que el registro de marca o nombre comercial es facultativo, pero recomendable para que brinde una seguridad jurídica, en caso de la denominación del producto se tendría que dar alcance a la población con nombres genéricos o específicos, a fin de que estos puedan ser regulados, en razón al registro sanitario, debería inscribirse primero a fin de dotar de seguridad en cuanto a la titularidad a los funcionarios de Digesa en la evaluación de los registro sanitarios. En ese sentido, el procedimiento legal para el otorgamiento del registro sanitario, debería contemplar solicitar los certificados de registro de marca o denominación del producto.

Mientras que, Valera (2023) menciona que el hecho de restringir el registro sanitario por la regularización de la denominación del producto podría ser considerado con una barrera burocrática, pero de igual manera considera que establecer el los acuerdos y el procedimiento legal es de carácter necesario, puesto que va a permitir la disminución de publicidad engañosa, por todo lo mencionado considera que el procedimiento de la obtención del registro sanitario debería ser que el administrado solicite su registro sanitario a través de la ventanilla única de comercio exterior, el producto de acuerdo a su composición y sus análisis físico – químicos sea evaluado por la Dirección y debería existir una solicitud de denominación del producto post registro sanitario, es decir se maneje de manera independiente y se coaccione con el registro sanitario, dado que hay denominaciones del producto que inducen a

error como bebidas sabor a fresa o bebida de fresa entre otros, el Instituto debería de limitar los términos.

No obstante Vidal y Alzamora (2023) manifestaron que se debería mantener el mismo procedimiento puesto que, ello no es lo que está cuestionando, sino que al establecer los acuerdos interinstitucionales de intercambio de información rápida y/o canales de consulta en tiempo real, a efectos de emitir los documentos resolutiveos en un plazo más célere. En contraste Ontaneda y Barrios (2023) establecieron que el procedimiento legal debería ser una evaluación previa puesto que el bien jurídico tutelado es la salud pública, ello sin perjuicio que sea otra entidad la competente en el otorgamiento de las denominaciones del producto. En la misma línea, Sánchez (2023) precisó que se le debería brindar capacitaciones a Digesa, de modo que tenga en cuenta los términos que inducen a error a los consumidores, a fin de tener como referente las capacitaciones. Asimismo, el administrado debe ser diligente al momento de solicitar la denominación de su producto

Seguidamente se describen las guías de análisis documental que fueron elaboradas para abordar el objetivo general formulado. En tal sentido, se tuvo el siguiente resultado:

La Resolución Final N° 0330-2023/CC2 expedida por la Segunda Sala de Protección al Consumidor concluyó que, se ha vulnerado los derechos de los consumidores, además de la veracidad de los productos envasados, toda vez que los productos alimenticios tienen que contener los ingredientes y componentes, para ello la Dirección General de Salud Ambiental e Inocuidad Alimentaria, en adelante Digesa es la entidad de verificar como se expide el producto al mercado, es decir la comercialización del producto y es el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual, en adelante el Indecopi el ente encargado de fiscalizar y sancionar el incumplimiento de la empresa. En tal sentido, al no establecer un acuerdo entre DIGESA e INDECOPI se genera pérdidas económicas a la empresa, debido a que dicha denominación ya habría sido aprobada por el órgano competente y lista para su comercialización pese a que esta no es el área

competente y es donde Indecopi en cumplimiento de sus funciones de fiscalizar el rotulado y publicidad del producto impone sanciones, como fue en el caso materia de análisis, en razón de que el producto no cumplió con reflejar la verdadera naturaleza al alegar denominaciones erradas, pese a que esta ya habría sido aprobada tanto su denominación como su proyecto de etiqueta por la autoridad sanitaria.

A fin de no perjudicar a las empresas económicamente y su imagen como tal, es necesario que la denominación comercial refleje la verdadera naturaleza de su producto, para ello es necesario que haya una revisión antes de su aprobación en DIGESA, puesto que al no haber una entidad encargada del etiquetado o nombre del producto, puesto que solo cuando se comete la infracción se corrige la denominación y no al momento de otorgar el registro sanitario, es que en diversas oportunidades se acepta una denominación errada en el producto y en este sentido, es que en la vigilancia que realiza INDECOPI se le impone la sanción a la empresa.

Del mismo modo, se analizó la Resolución N° 1380-2020/CC2 emitida por la sala N° 2 de la Comisión de Protección al Consumidor del INDECOPI, del cual se desprendió que, al no establecer un acuerdo entre ambas entidades en la denominación comercial del producto, se estaría generando pérdidas económicas a las empresas debido a que quien se encarga de velar por la salud alimentaria e inocuidad de los productos es DIGESA, sin embargo, esta adquiere la potestad de determinar el rotulado o etiquetado del producto y su denominación para que el producto salga a la venta según los requisitos establecidos en el TUPA del Ministerio de Salud. Con ese tenor es que el producto se comercializa con la denominación de que el administrado considera y ello no es objetado por la autoridad sanitaria antes de su otorgamiento del Registro Sanitario debido a que no tiene las competencias. Es por ello que, la denominación del producto debería ser aprobada por INDECOPI antes de que el administrado obtenga su registro sanitario, a fin de no generar pérdidas económicas en el mercado y genere perjuicios al consumidor, puesto que la fiscalización que realiza el Instituto antes

mencionado es cuando el producto ya ha salido al mercado y en un tiempo prolongado de su comercialización es sancionado.

Como objetivo específico uno (01) consiste en analizar de qué manera la leal competencia implica en la denominación del producto. Por ende, en la guía de entrevista se planteó como cuarta interrogante: Considera que la errada denominación comercial en el registro sanitario emitido por Digesa afecta la leal competencia en la industria alimentaria ¿De qué manera?, en la que se obtuvo las siguientes intervenciones:

Rosales, Vidal, Andia, Alzamora y Rivera (2023) consignan que la existencia de erradas denominaciones en el registro sanitario genera escenarios de competencia desleal, la falta de claridad en la atención de solicitudes, sobre el particular genera que algunas empresas obtengan denominaciones requeridas y otras no, en casos totalmente similares, de manera que genera desigualdades en el mercado, a su vez se vulnera la libre competencia que resguarda el interés público, de modo que acarrea la falta de interacción entre oferta y demanda. Por su parte, Barrios (2023) afirma que los términos que agregan a la denominación del producto como integral, da a entender al consumidor que dicho producto cuenta con alguna característica no convencional, asociado su consumo con la adquisición de beneficios a su salud, sin embargo, se ha visto que muchas empresas hacen uso de dicha denominación para sacar algún tipo de ventaja, no contando su producto con el ingrediente que le brinda mencionada característica.

Por otro lado, Caballero y Ontaneda (2023) refieren que se genera un acto de competencia desleal en la modalidad de engaño, en la medida que en el registro sanitario se genere una denominación comercial o marca de un tercero. Por consiguiente, Valera (2023) establece que se originan actos de competencia desleal cuando el administrado que solicitó el registro sanitario para un producto lo consigna en diversos productos. Asimismo, el comercializar productos sin el registro sanitario genera una competencia desleal porque pone en desventaja a los demás empresarios, toda vez que genera una ventaja significativa frente a sus competidores que cuentan con el registro sanitario, cuya obtención ha sido consecuencia de un trámite

administrativo que implica una inversión de recursos económicos y de tiempo. Sánchez (2023) adiciona que se los términos que se le brinda al producto afectan la leal competencia, lo que causa que se induzca a error al consumidor y no guarden relación con la asimetría informativa.

Como quinta interrogante ¿Considera usted que existe un vacío legal en el sector alimentario, de manera que se genera competencia desleal en el mercado y con ello un abuso de posición de dominio? En la que los entrevistados opinaron lo siguiente: Rosales, Andia, Alzamora, Rivera y Valera (2023) sostienen que los vacíos legales generan falta de homogeneidad de criterios entre los operadores para atender las solicitudes de los administrados, ello puede ser causa de escenarios de competencia desleal y algunos supuestos de abuso de posición de dominio en el mercado. Además, el no tener la normativa claro o contar con vacíos legales no se llega a tener una valorización más estándar de la evaluación de los productos alimenticios. Asimismo, Vidal (2023) denota que, si existen empresas que actúan de manera indebida con el fin de obtener beneficios amparándose en diversos vacíos legales en el sector alimentario, no es una novedad que el marco normativo en este sector se encuentra debilitado, para que de ella surja considerables problemas a los diversos agentes económicos, los consumidores y empresas que serían los principales afectados.

No obstante, también existen empresas que valiéndose de la falta de regulación se aprovechan para obtener ciertas prerrogativas que por desconocimiento otras empresas son afectadas con prácticas desleales que menoscaban directamente al resto de empresas competidoras del sector. Por su parte, Barrios (2023) agrega que los vacíos legales vulneran la fabricación de alimentos, tal es el caso de las bebidas alcohólicas en cuanto su periodo de vida útil debido a que dichas bebidas envasadas en materiales de plásticos (por ejemplo, el PET), ya que cuando el grado alcohólico es muy elevado, la migración de monómeros al producto, es un riesgo a la salud de los consumidores dicho aspecto, tampoco se encuentra regulado.

En contraste, Ontaneda y Caballero (2023) manifiestan que no existe un vacío legal en mencionado campo, pero es dable que en toda normativa surja un vacío legal y que ello no siempre podrá generar una competencia desleal. En ese sentido Sánchez (2023) sostiene que, la legislación alimentaria se encuentra debilitada, en tal sentido es factor para que se generen vulneraciones hacia los consumidores y con ello pueda ser que se genere una competencia desleal al no tener claro los términos alimenticios. En cuanto al abuso de posición, se suscita cuando a una empresa Indecopi siendo el ente rector de sancionar la publicidad engañosa o competencia desleal sanciona a la empresa, mientras que otra que comete la misma infracción no es sancionada o entre empresas ponen en evidencia la infracción para tener un mayor alcance en el mercado.

De manera sucesiva, la sexta pregunta ¿Cuáles serían los efectos que causaría a la industria alimentaria? A lo que los expertos señalaron lo siguiente:

Rosales, Caballero, Ontaneda, Andía y Alzamora (2023) expresan que afectaría de manera notable el nombre del producto que no sea congruente con su composición y no se ajusta a su verdadera naturaleza, cabe señalar que una información equivocada en este sentido sea dolosa o no, sugeriría una infracción al Código y a su vez a la Ley de Competencia Desleal en sus modalidades de engaño, además de la debida acuciosidad de los operadores al momento de autorizar las denominaciones del producto, es conveniente contar con un marco normativo que establezca sanciones y medidas correctivas de manera proporcional a la gravedad de la infracción y al daño causado. Por su parte, Vidal, Rivera y Valera (2023) establecen que los efectos serían muy peligrosos; toda vez que, no se estaría consumiendo el mismo producto que indica la etiqueta, en tanto difiere de su composición, evidentemente se pondría en riesgo la salud del consumidor como reacciones alérgicas, como por ejemplo el hecho que un producto contenga gluten y no lo declare en su composición.

Por consiguiente, Barrios (2023) añade que los efectos que causaría sería el incumplimiento de la normativa alimentaria, como es el caso del chocolate, que es uno de los alimentos más consumidos a nivel mundial; en el mercado existen productos con la denominación de sabor chocolate, que contienen poco o nada de cacao, sin embargo, al ser un sucedáneo (imitación del chocolate) el consumidor es inducido a error. En relación, Sánchez (2023), disgrega que, sería un conflicto entre empresas, de modo que las empresas siempre compiten entre ellas, con la finalidad de adquirir más clientes y ventas. Además, uno de los efectos más nocivos que podría causar es la afectación a la salud de los consumidores, puesto que muchos de los consumidores sufren de alergias a los alimentos y al momento de ingerir estos alimentos sin señalar su composición podría conllevar a la muerte al consumidor.

Acto seguido se esboza las guías de análisis documental que fueron planteadas para desarrollar el objetivo específico uno. En relación a ello, se recabó el siguiente resultado:

Kholis (2023) en su artículo en inglés denominado unfair competition practices [prácticas de competencia desleal], se estableció que la leal competencia se ve vulnerada, porque no en todos los países se establece una clara la legislación y se maneja en una misma línea, es menester señalar que el país se encuentra inmerso al Convenio de Paris, el cual brinda protección a la propiedad Industrial y busca reprimir la competencia desleal. Además, hay una legislación interna en cada país la cual contiene vacíos legales y se ve vulnerada, como se menciona en el artículo, en Estados Unidos se ve constantemente la piratería de los productos es por ello que se ha impuesto la declaración de marca o denominación de carácter obligatorio, a fin de contrarrestar los constantes abusos de posición y otros delitos que concierne a la propiedad intelectual.

Asimismo, Reyes (2021) en su libro vinculado a la competencia desleal y los actos de engaño se determinó que, una errada denominación comercial afecta la leal competencia en el mercado, a consecuencia de los vacíos legales no se logra definir con claridad las determinaciones de los productos,

es por ello que surgen las prácticas desleales que perjudican los intereses de los consumidores debido a que no cuentan con una asimetría informativa del producto.

De la misma manera, se cuenta con el objetivo específico dos, el cual consiste en explicar de qué manera la denominación comercial en el registro sanitario de alimentos y bebidas industrializadas se vulnera a raíz de la publicidad engañosa. En dicho sentido, se planteó la siguiente interrogante ¿De qué manera considera usted que la publicidad engañosa vulnera la denominación comercial en el registro sanitario? Es así que se obtuvo las siguientes intervenciones:

En tal sentido, Rosales, Valera, Caballero, Vidal, Ontaneda, Alzamora Andía y Rivera (2023) destacan que la publicidad constituye un recurso muy importante que tienen las empresas para lograr sus objetivos en el mercado y en aquellos casos donde se valen de dicho recurso para inducir a engaño al consumidor, a efectos de aumentar sus ventas, les atribuyen a los productos características a propiedades que no tienen y no coinciden con la denominación del producto en el registro sanitario. Ahora bien, de manera indirecta si se vería afectada la denominación comercial de un producto puesto que se pondría en duda la evaluación realizada por la autoridad sanitaria que es la garantía que tiene todo alimento industrializado que cuenta con registro sanitario. En consecuencia, Barrios (2023) agrega que se vulnera al no regular el uso de las etiquetas, el tamaño de letra del nombre del producto y la denominación comercial, dejando en segundo plano a este último, debido a que su regulación de ello ya se encarga Indecopi, mientras que no hay una entidad que se encargue de la regulación del nombre del producto. Sánchez (2023) esboza que no es un tema de entidades, sino que el administrado realiza actos de engaño o confusión generando publicidad engañosa. Se debe tener en cuenta que la autoridad sanitaria solo se encarga de brindar inocuidad al producto, más no de los términos a usar al registro de su producto, en un futuro se le podría brindar dicha competencia, a fin de erradicar con vacíos legales.

Es entonces que conforme al objetivo específico dos se estableció la octava pregunta; Según el Decreto Legislativo 1044 “*Ley de Represión de la competencia desleal*” que se encarga de sancionar la publicidad engañosa considera usted que la sanción es proporcional al daño causado en la denominación comercial del registro sanitario de manera que genera publicidad engañosa ¿Por qué?, se obtuvo las siguientes participaciones.

Rosales, Caballero y Ontaneda (2023) estiman que la norma es proporcional en los casos de publicidad engañosa, debido a que contiene medidas cautelares y correctivas, en cuanto las empresas que no reflejen la verdadera naturaleza del producto, impiden al consumidor que tenga la libertad de elegir algún producto de acuerdo a condiciones claras y transparentes. Por su parte, Vidal (2023) hace mención que la represión en ningún aspecto sería la solución a la problemática sino se debería reforzar la prevención respecto a la actividad en que se ven involucrados todos los actores. Ahora bien, si se tendría que sancionar al que infringe la referida norma, según el experto ello va más allá de las sanciones económicas, se debería cancelar el registro sanitario e imposibilitar a la empresa sancionada volver a obtener un registro; toda vez que, se ven afectados derechos muy sensibles como la vida y salud de las personas. Por otro lado, Andia, Alzamora, Rivera, Barrios y Valera (2023) alegan que queda en el vacío el daño colateral causado, es decir cuando se le impone la medida correctiva a la empresa como el comiso o destrucción de sus productos, ya se cometió el daño, debido que repercute en la salud del consumidor, a diferencia de otros productos donde su regulación no es tan rigurosa como esta y no prima la inocuidad. Al respecto, Sánchez (2022) considera que, si es proporcional, debido que repara el daño causado y a su vez se le pone una sanción como medida correctiva, a fin de que no se pueda volver a repetir un daño como tal.

Del mismo modo, se planteó la última interrogante en relación al objetivo específico antes mencionado; En lo que respecta al Decreto Legislativo 1565 “*Ley general de mejora de la calidad regulatoria*” ¿Considera usted que se debería aplicar la simplificación administrativa al momento de evaluar las

solicitudes de registro sanitario teniendo en cuenta que una errada denominación comercial genera la publicidad engañosa? Por consiguiente, se obtuvo las siguientes respuestas de los entrevistados:

Rosales y Caballero (2023) sostienen que es necesario el cruce de información entre Indecopi y Digesa para que ambas entidades vengam realizando sus funciones de manera eficiente, todo esto con la acuciosidad que el cumplimiento de plazos permita, a fin de evitar desnaturalizar los productos a través de la aceptación de denominaciones que no corresponden. En ese sentido, el colocar solo el número del certificado podría (en un eventual caso) simplificar el procedimiento de otorgamiento de registros sanitarios. Aunado a ello Vidal, Alzamora, Ontaneda y Barrios (2023) consideran que no se debería aplicar la simplificación administrativa para estos casos en tanto si realizamos una ponderación de bienes jurídicos tutelados tenemos que la eliminación de barreras burocráticas no podría estar por encima del derecho a la salud y vida de las personas; por lo que, al contrario la evaluación realizada por la autoridad sanitaria debería ser reforzada y analizada con más detalle e involucrar a otras entidades a fin de tener emitir registros sanitarios que garanticen la inocuidad de los alimentos.

Sin embargo, Andia (2023) sustenta que es necesario aplicar la simplificación administrativa, toda vez que se incurre en tramites o gastos innecesarios al administrado como las copias de su DNI, fichas técnicas cuando ello no garantiza la inocuidad o estándares de calidad, en razón a ello se debería presentar una declaración jurada donde el administrado indique que cumple con todo lo necesitado para el producto y que de lo contrario se somete a un procedimiento sancionador. Aunado a ello, Rivera, Sánchez y Valera (2023) comentan que si este procedimiento se simplifica y se otorga los registros de manera automatizada se debe agregar procedimientos para que las empresas cumplan con la inocuidad del producto, debido que esta es riesgo la salud de las personas, es por ello que se debería implementar alertas sanitarias y realizar visitas a las plantas opinadas e inopinadas, a fin de salvaguardar la inocuidad del producto y velar por la salud de los consumidores

En relación a la guía de análisis documental correspondiente al objetivo específico dos se llevó a cabo el siguiente resultado:

La Resolución Final N° 0191-2022/SDC efectuada en la Sala Especializada en Defensa de la Competencia, atendida mediante expediente 0004-2022/CCD se concluyó que en el registro sanitario del producto “Maggi cubito” la denominación de este no se vería reflejada la verdadera naturaleza del producto, debido a que en su etiquetado se evidencia figuras como un bovino dando a entender que el producto contenía carne cuando no era cierto, la empresa Nestlé alega que el consumidor tiene que ser diligente y sobreentender que el producto “Maggi Cubito” con un diámetro de 4 cm es imposible que contenga carne, sin embargo al establecer animales como este, induce a error al consumidor y no permite tomar una decisión correcta, debido a que en el mercado hay productos similares en donde si indican sustancia de carne, es decir que no contiene carne, a diferencia de este producto, es por ello que se evidencia los actos de engaño que realiza el etiquetado del producto, con la finalidad de obtener ventajas en el mercado, por lo tanto surge una competencia desleal ya que, al aludir que el producto contiene carne pone en desventaja a los productos de la misma categoría en el mercado.

A su vez, en la Resolución N° 0274-2018/SDC, evaluado mediante expediente 115-2017/CCD determina que la denominación comercial del producto “Gloria Bonlé Leche Evaporada” cuenta con un registro sanitario emitido por DIGESA que indica leche de vaca, puesto que dicho termino no indica la verdadera naturaleza del producto, es entonces que genera una publicidad engañosa e induce a error al consumidor. Además, se podría concluir que dicho termino genera una competencia desleal puesto que la denominación genera más ventas en el mercado dejando en desventaja otras empresas que si reflejan la naturaleza del producto.

De lo antes mencionado, resulta necesario mencionar la base legal, la cual se encuentra comprendida el Decreto Legislativo N° 1044, Ley de Represión de la Competencia Desleal, artículo 9 inc. 1. En tal sentido, se

estima que el establecer una denominación comercial en el registro sanitario ambigua o sin precisión se ve vulneran los derechos del consumidor, puesto que adquiere un producto en base a una presunción y no a que este refleja su verdadera naturaleza, conlleva al consumidor a tomar una decisión errada e induciéndolo a error.

Por su parte, del artículo 8 inc. 1 del mencionado cuerpo legal en relación al tema se puede sostener que, la denominación del producto y/o denominación comercial en el registro sanitario otorgado por entidad sanitaria puede ser vulnerado por actos de engaño, debido a que las empresas solicitan su registro sanitario para un alimento determinado, pero las empresas lo usan en las variedades que contiene el producto por ejemplo; el administrado solicita su registro sanitario para un sabor en concreto, se le otorga el registro y el administrado utiliza el mismo registro para sus diversas variedades de sabores del producto, cabe precisar que aunque sea el mismo producto lo que varía son sus sabores de todas maneras dicho producto tiene que pasar por estándares de calidad.

A continuación, se abordará el capítulo de discusión en base a los resultados obtenidos en el presente acápite, es necesario mencionar las conclusiones que llegaron los entrevistados.

En lo que respecta al objetivo general; consiste en explicar de qué manera la falta de acuerdos interinstitucionales afecta la denominación comercial y competencia de alimentos y bebidas industrializadas Lince, 2022. En la que se determinó que, la falta de acuerdos interinstitucionales genera un impacto negativo, eso debido se vulneran los derechos de los consumidores y se generan pérdidas económicas en el rubro de alimentos y bebidas industrializadas, debido a que no se cuenta con base legal en lo que respecta a la denominación del producto, lo que conduce a que se realicen actos de engaño o confusión, por lo tanto, refleja un problema relevante que trae como consecuencia un impacto negativo que podría derivar de un conflicto de competencias.

En ese sentido, la Resolución N° 1380-2020/CC2 emitida por la Comisión de Protección al Consumidor de Indecopi, esboza que Digesa, es la entidad encargada de velar por la salud e inocuidad de los productos alimentarios, pero en sus requisitos para obtener el registro sanitario indica que se debe presentar la denominación comercial, nombre del producto y proyecto de etiqueta, mientras que Indecopi sanciona a la empresa lo emitido por Digesa y esto conduciría a un detrimento de los derechos de los administrados, puesto que se irrogan derechos y funciones que no le competen a la autoridad sanitaria. Aunado a ello, en la Resolución Final N° 0330-2023/CC2 emitida por Indecopi, en la que concuerda con lo antes mencionado respecto al no establecer acuerdos entre ambas entidades se ha generado pérdidas económicas a la empresa Gloria, debido a que se la ha impuesto una multa por no reflejar la verdadera naturaleza del producto, pese que el nombre del producto ya habría sido aprobado por Digesa, lo cual consta en el registro sanitario del producto.

No obstante, una posición minoritaria refiere que el realizar dicho acuerdo generaría perjuicios a los administrados en lo que respecta los plazos puesto que el registro sanitario se emite en 07 días hábiles y el hecho de que se apruebe el nombre del producto el plazo aumentaría, generándose una barrera burocrática y demoras en la obtención del producto. Es necesario que se establezcan acuerdos interinstitucionales entre las entidades puesto que esto beneficiaría a los administrados, ya que se tendría la precisión del procedimiento administrativo y no se incurriría en gastos innecesarios, a la vez agilizaría el procedimiento, lo que permitiría elevar los estándares de calidad y erradicar los vacíos legales. Al establecer el acuerdo el procedimiento podría ser de diversas maneras, en primer lugar, se podría modificar el Tupa del Minsa en donde se encuentran los procedimientos administrativos de Digesa, a su vez la modificación del DS. 007-98-SA, toda vez que desde su vigencia no ha sido actualizado con los nuevos parámetros legales alimentarios que establece el Codex, por otro lado, podría ser que se registre el nombre del producto en Digesa con la supervisión de Indecopi, siendo esta la entidad encargada de fiscalizar y dar alcances a las entidades de nombres genéricos o específicos de productos determinados.

A su vez, dicho procedimiento podría modificarse a una evaluación previa debido a que se tutelan derechos como la salud, la vida y la inocuidad del producto. De lo vertido, se puede mencionar que la falta de acuerdos entre Digesa e Indecopi, además de generar perjuicios económico a las industrias alimentarias, al no tener una delimitación de funciones, pues ninguna de estas dos entidades es competente para regular la denominación del nombre del producto, según lo estipulado en su Reglamento de Organizaciones y Funciones de ambas entidades, de tal manera que genera actos de engaño o confusión al consumidor, puesto no se tiene la certeza de lo que se está consumiendo ya que, difiere el nombre del producto con la composición de este, tal es el caso del término leche que según el Decreto Supremo 004-2022, lo considera como mezcla láctea, por otro lado el término chocolate cuando en realidad la denominación adecuada debería ser sabor a chocolate o tipo chocolate ya que, el producto en muchas ocasiones contiene poco o nada de cacao, entre otros está el sector integral, lo cual la empresa hace alusión a dicho termino cuando dentro de su composición no se refleja dicha denominación, por tal motivo es necesaria la regulación del nombre del producto, a fin de que los procesos de la obtención del registro sanitario puedan ser más céleres, objetivos y carezcan de ambigüedad.

Al respecto, Butorac, Braut & Zubovic (2021) expresan que es necesario uniformizar los criterios de la legislación alimentaria a nivel internacional, puesto que se pone en riesgo la salud de los consumidores. En la misma línea, Urrea y Blázquez (2023) refiere que la falta de acuerdos interinstitucionales no permite una regulación estandarizada de tal manera que devienen afectaciones a la salud del consumidor, puesto que ciertos aditivos son permitidos en ciertos países y en otro no siendo este el mismo producto. En tal sentido, Granados (2018) esboza que en dicho sector predominan los vacíos legales, de manera que inducen a error a los consumidores y causan perjuicios.

Sobre el particular, Piña (2019) contempla que los menoscabos que se arremeten son las falsificaciones, adulteración de los productos, lo cual tiene como consecuencia la competencia desleal en el mercado. En consecuencia, la falta de acuerdos interinstitucionales genera afectaciones a la industria, una de ellas es la situación económica de la empresa debido a que no es posible viabilizar el procedimiento de la denominación del producto, en tal sentido el administrado alega una denominación que el considera, sin embargo, dicha denominación induce a error al consumidor y se le impone una medida correctivas o coercitivas, toda vez que genera actos de engaño o confusión, de modo que transgrede los derechos de los consumidores por incumplir lo establecido en el Decreto Legislativo N° 1044. Cabe señalar que, dicha problemática no solo se ve reflejada en el país sino a nivel internacional, debido a que no se tiene una norma estandarizada, sino que cada país acepta o deniega aditivos a los productos, como por ejemplo la gaseosa *Fanta* por más que es el mismo producto su composición no es nada igual si es que comparamos la bebida industrializada con la normativa americana con la normativa europea. Otra de las causas que genera es inducir a error a los consumidores ya que, al no establecer una reglamentación sobre tal, el consumidor adquiere un producto sin tener la adecuada información.

En lo que concierne al objetivo específico uno, consiste en analizar de qué manera la denominación del producto implica en la leal competencia. En ese sentido, se precisa que La denominación del producto implica en la leal competencia, toda vez que, al registrar denominaciones erradas en documento resolutivo emitido por Digesa fomenta actos de competencia desleal, debido que genera desigualdades en la industria alimentaria afectando la leal competencia. Por su parte Reyes (2021) evoca que es necesario definir con precisión las denominaciones de los productos, ya que de ahí deviene las prácticas desleales que afectan los intereses de los consumidores. A su vez, la praxis desleal emerge de denominaciones que resaltan a determinado público como *light*, pese a no encontrarse en su composición algún ingrediente que le brinda mencionado distintivo, afecta la leal competencia al consignar la marca o denominación de un tercero.

Cabe precisar que, el hecho de expedir productos al mercado sin registro sanitario afecta la leal competencia, toda vez que los administrados para obtener dicho registro realizaron costes de tiempo y dinero. Además, una de las causas son los vacíos legales y el abuso de posición de dominio, por ende, la falta de coherencia en los procedimientos entre las entidades para la atención de solicitudes de los administrados, es por ello que las empresas realizan actos impropios recurriendo a vacíos legales, a fin de obtener ventaja sobre otras empresas, que por inobservancia diversas empresas son afectadas con este tipo de praxis desleal. Un sector minoritario refiere que es factible que toda normativa cuente con vacíos legales y que no ello no siempre podrá generar algún vacío legal, sin embargo, no se cuenta con regulación acerca de la migración de monómeros en las bebidas alcohólicas, afectando la salud de los consumidores.

De tal manera, las consecuencias que se generan son, las infracciones a la normativa al consignar un nombre del producto inconsistente, los efectos que surtirían son muy peligrosos, puesto que no se estaría ingiriendo el mismo producto que se encuentra rotulado, es entonces que se pone en riesgo la salud del consumidor. Por su parte, Kholis (2023) concierne que al no contar con una legislación clara a nivel internacional es que surgen afectaciones a la leal competencia como es el delito a la piratería de los productos y el abuso de posición de dominio en el mercado. Al respecto, se puede inferir que el sector alimentario se encuentra debilitado en cuanto su marco normativo, toda vez que permite que se genere este tipo de actos desleales poniendo en desventaja a otros consumidores logrando obtener mayor alcance de consumidores, para tal consideración se tiene el DS 007-98-SA, en el cual han pasado más de 20 años y no hay modificación alguna. La leal competencia se ve vulnerada, puesto que la errada denominación del producto de por sí genera ventajas en el mercado a dicho administrado generando desventajas a otros, por su parte los vacíos legales se entiende que preexiste en todas las legislaciones, pero esencialmente en el rubro alimentario se requiere homogeneidad, debido a que una denominación

errada, un término mal aplicado, falta de regulación no solo induce a error al consumidor sino que también puede generar perjuicios en su salud, se pone en riesgo su vida, debido a que de dicho producto puede devenir alergias que conllevaría al administrado a la muerte, por tal razón es necesaria su regulación.

De lo versado líneas arriba, Montenegro y Cabrera (2022) refieren que el problema suscita cuando el nombre comercial o del producto induce a engaño o confusión ya que, la denominación es genérica. Al respecto, Gástelo (2021) esboza que deviene de una contravención al principio de subsidiariedad. Es por ello que Sosa (2020) considera que se debe establecer criterios respecto a la regulación no autorizada de marcas y a su vez de denominaciones, a fin de no infringir lo reglamentado en el Decreto Legislativo N° 1044. Sin embargo, en Estados Unidos Helmerich (2022) manifiesta que está prohibido realizar actos que generen publicidad engañosa, a su vez señala que dicha inducción deviene de las industrias, puesto que deben ser objetivas con sus publicidades en cumplimiento de los principios morales. López (2021) y Bernet (2018) comentan que la publicidad engañosa deviene de entidades estatales que carecen de legislación, toda vez que solo está la sanción, más no la regulación.

Del mismo modo, Echeagaray (2020) sustenta que, se afectan los derechos de los administrados, consumidores y es menester tipificar la regulación del procedimiento, de modo que permitan a los consumidores que tengan una libre decisión. En tal sentido, Howells (2020) evoca que conforme evoluciona la tecnológica es vital que la ley se adapte a los parámetros en relación al principio de precaución para que los consumidores no incurran en menoscabos, por tal razón es necesario mitigar los vacíos y actualizar la normativa conforme el entorno digital avanza. Prospero (2020) considera que no todas las autoridades deben de tener la competencia de sancionar temas referentes a la propiedad intelectual o publicidad engañosa, es decir que ello verse en asuntos administrativos o penales. A modo de cierre, la leal competencia influye en la comercialización del por la publicidad engañosa que se genera el no establecer parámetros para la denominación del

producto, toda vez que cada administrado independientemente define su denominación, es entonces que mientras un administrado refleja la verdadera de su producto otro no, lo que causa pérdidas económicas al inducir a error al consumidor y dejando en desventaja a los demás miembros de la industria, con ello se genera una competencia desleal en el mercado. Además, el hecho que se comercialice un alimento o bebida industrializada sin registro sanitario, muy aparte de que no se tengan en cuenta lo que se está injiriendo o cumpla los estándares de calidad, se provoca un conflicto con los administrados, respecto que el hecho de solicitar el registro sanitario genera gastos en los administrados y la demora en el cumplimiento de plazos y el levantamiento de observaciones en caso hubiera.

En relación al objetivo específico dos, comprende explicar de qué manera la denominación comercial en el registro sanitario de alimentos y bebidas industrializadas se vulnera a raíz de la publicidad engañosa. Establece que, diversas empresas tienen como recurso la publicidad para promocionar su producto, pero muchas de ellas realizan un mal uso de tal recurso, con la intención de inducir a error al consumidor y comercializar productos con características llamativas para diversos sectores, que cuando la entidad fiscalizadora Indecopi realiza la revisión del producto, denota que la composición no guarda relación con lo publicitado como es el caso de la Resolución Final N° 0191-2022/SDC emitida por la Sala Especializada de la Competencia del Indecopi, en donde se sancionó a la empresa por expedir su producto "Maggi Cubito" con dibujos de bovinos dando alusión de que el producto contaba con carne cuando ello no era cierto, del mismo modo, el producto se denominaba como cubito carne, cuando en realidad era cubito *sabor* a carne, por la omisión de dicho término ya se incurre en actos de engaño, lo cual se encuentra estipulado en el art 8 inc. 1 de la Ley N° 1044, Ley de represión de competencia Desleal, en esa misma línea se pone en duda la evaluación realizada por la autoridad sanitaria, la cual es la entidad de garantizar si el producto cumple con los estándares de calidad a la expedición del registro sanitario, es de precisar que no hay una entidad que se encargue de la regulación del nombre del producto, la regulación de etiquetas y el tamaño de letra de la composición del producto entre otros,

puesto que Indecopi solo realiza su fiscalización ex post. En cuanto la sanción que recibe la publicidad engañosa, se debería por otras opciones como cancelar el registro sanitario e impedirle a la empresa el acceso de solicitar el registro por un tiempo determinado, puesto que se ven afectados derechos contra la vida y la salud.

Por consiguiente, se tiene la resolución N° 0274-2018-SDC, emitida por Indecopi, refiere que la empresa Gloria en su producto Bonlé Evaporada consignó como denominación leche de vaca evaporada, lo que generó más ventas en la industria láctea, dejando en desventaja a otras empresas del sector, mediante publicidad engañosa lo que conlleva a inducir a error al consumidor mediante actos de confusión regulado en el artículo 9 inc. 1 de la Ley antes mencionada, es necesario indicar que los términos erróneos pueden causar problemas gastrointestinales en los consumidores. El hecho de aplicar la simplificación administrativa a procedimientos alimentarios no es dable debido a que, si se realiza una ponderación de bienes jurídicos tutelados, por un lado, parte la eliminación de barreras burocráticas y por otro el derecho a la salud y vida, es entonces que no se podría ponderar dichos bienes donde prima la salud y la vida, lo que se debería realizar es un cruce de información entre ambas entidades para garantizar la eficiencia de ambas entidades. Por el contrario, un grupo minoritario refiere que es necesario la simplificación debido a que el solicitar documentos al administrado como copias de DNI, RUC, fichas técnicas se incurre en gastos innecesarios debido a quien otorga la certificación y brinda inocuidad al producto es el HACCP y el PGH, puesto que el registro sanitario, solo permite al administrado comercializar el producto.

De lo expuesto, se colige que una denominación errada genera publicidad engañosa, toda vez que no refleja la verdadera naturaleza del alimento o bebida industrializada, con la finalidad de generar más ingresos en el mercado, pero no se tiene en cuenta Indecopi, al ser una entidad ex post le impone medidas correctivas y coercitivas, pero no se tiene en cuenta el daño colateral causado puesto que cuando es una denuncia de parte solo se repara al demandante, mientras que la población que injirió dicho producto

no se le repara el daño, de igual manera sucede cuando la denuncia es de oficio, para evitar todo ello es necesario que se realicen los acuerdos entre ambas instituciones, con la finalidad de erradicar en cierta parte la publicidad engañosa que parta de la administración pública, debido a que el administrado también deber ser diligente.

En consecuencia, Rhodes (2018) complementa que la publicidad engañosa es una de las causas de la competencia desleal, puesto que los consumidores no tienen la suficiente información sobre el producto adquirido, es entonces que se presume que lo se publicita es verdadero. Es por ello que Wim (2019) refiere que es necesario reforzar la regulación contra la publicidad engañosa, debido que un mal etiquetado en los alimentos puede causar perjuicios a la salud del consumidor, en tal sentido en diversos países de Europa se ha fijado los términos a utilizar de acuerdo a credibilidad y comprensibilidad de los consumidores.

Por su parte, Maza y López (2021) infieren que la publicidad engañosa induce a error al consumidor al momento de tomar una decisión, puesto que en muchas ocasiones no concuerda lo que se consume con lo que se publicita. En síntesis, la denominación del producto en el registro sanitario se vulnera con la publicidad engañosa, al aducir términos que no concuerdan con la verdadera naturaleza del producto, considero que se debería tomar en cuenta lo determinado por la Unión Europea al definir los términos que indiquen con precisión el término del producto, de modo que sea claro para el consumidor. Puesto que, muchos comerciantes agregan denominaciones a su producto que no corresponde como el caso de productos light, integral entre otros, que no concuerda con lo establecido en el Codex Alimentarius.

A su vez, se debería reforzar la legislación alimentaria, toda vez que se pone en riesgo la salud y vida del consumidor, como es el caso de los productos lácteos, que eran denominados como leche de vaca cuando debería ser bebida láctea ya que, contiene 40% de agua, es entonces que, una errada denominación en los productos genera más ventas en el mercado y por tanto una competencia desleal.

V. CONCLUSIONES

PRIMERO. - La falta de acuerdos interinstitucionales afecta directamente en la competencia y denominación comercial de alimentos y bebidas industrializadas en el registro sanitario. Ello en razón de que se genera afectaciones en la economía de la industria alimentaria, esto es, que se le impone sanciones a la empresa sin contar con parámetros establecidos en cuanto a la clasificación de nombres que se debe usar en el etiquetado del producto, a su vez, afecta notablemente el derecho a la salud, puesto que no se tiene certeza de los aditivos que contiene el producto ni lo que se está ingiriendo.

SEGUNDO. - Se analizó que la denominación del producto genera un detrimento en la leal competencia, toda vez que una errada denominación en un documento resolutorio que otorga el registro sanitario, induce a error al consumidor debido a que se fomentan actos de competencia desleal, es decir, incurriendo en desigualdades en el mercado, puesto que los evaluadores al no tener los parámetros establecidos ni el soporte brindado por Indecopi coadyuvan a esta problemática. Cabe precisar que, la expedición de productos sin registro sanitario afecta a las empresas, ya que conlleva una ventaja significativa en el sector de su desarrollo.

TERCERO. - La denominación del producto sanitario de alimentos y bebidas industrializadas se vulnera a raíz de la publicidad engañosa, puesto que no se refleja la verdadera naturaleza del producto, todo ello con la finalidad de generar más ingresos a costas del consumidor. Asimismo, se ha determinado que Indecopi al ser una entidad ex post solo impone sanciones como medidas correctivas o coercitivas, una vez determinada la infracción sin considerar el daño colateral causado a la población.

VI. RECOMENDACIONES

PRIMERA.- A la Dirección General de Salud e Inocuidad Alimentaria y al Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual que establezcan acuerdos entre ambas instituciones, ya que se determinó el vacío legal al sancionar a las empresas sin establecer parámetros de regulación, causando detrimento a la salud de los consumidores, pérdidas económicas en el mercado e induciendo a error a los consumidores al no reflejar la verdadera naturaleza del producto.

SEGUNDO.- Se recomienda a INDECOPI crear un registro de sanciones temporales en la plataforma de dicha entidad, que sea accesible al público y/o DIGESA, a fin de que las empresas que han sido sancionadas por publicidad engañosa o competencia desleal se les prohíba comercializar el producto industrializado por el periodo que dictamine la resolución sancionatoria. En consecuencia, los evaluadores al momento de otorgar o renovar el registro sanitario podrán verificar los antecedentes, de modo que respalden los derechos al consumidor.

TERCERO.- El Indecopi a través de la Presidencia de Consejo de Ministros debe implementar un sistema integrado con Digesa que permita realizar una contrastación de información en lo que respecta a la denominación del producto, de tal manera que guarde relación con su composición, para lo cual se debería implementar el escaneo del QR del producto, de tal modo que se evidencie que el producto cuente con registro sanitario vigente y que su composición declarada guarde relación con su rotulado. En ese sentido, se implementaría un canal vía Digesa – Indecopi exclusivamente para la denominación del producto.

REFERENCIAS

- Bernet, P. (2018). El ámbito subjetivo de aplicación de la ley de competencia desleal. *Ius et Praxis vol.24 n°2*. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-00122018000200431>.
- Bullard, G. y Patrón, C. (1999). El otro poder electoral: Apuntes sobre la experiencia peruana en materia de protección contra la competencia desleal. *THEMIS Revista De Derecho*, (39), 433-451. <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/themis/article/view/10442>
- Butorac Malnar, V., Braut Filipović, M., & Zubović, A. (2021). Rethinking unfair trading practices in agriculture and food supply chain: the croatian perspective. *EU and Comparative Law Issues and Challenges Series (ECLIC)*, 5, 2–28. <https://doi.org/10.25234/eclic/18812>
- Código de Protección y Defensa del Consumidor. Ley N° 29571. Publicado en el Diario Oficial el Peruano el 02 de septiembre del 2010. <https://www.gob.pe/institucion/indecopi/normas-legales/1244218-29571>
- Comisión De La, L. A., Andina, C., y Artículo, E. (s/f). *Decisión 486 Régimen Común sobre Propiedad Industrial*. <https://www.indecopi.gob.pe/documents/1902049/3468565/02.++01-Decision486.pdf/2d4e6e59-03a9-ed91-26d7-332869bf3b47>
- Constitución Política del Perú. Publicada el 29 de diciembre de 1993. https://www.minjus.gob.pe/wp-content/uploads/2019/05/Constitucion-Politica-del-Peru-marzo-2019_WEB.pdf
- De la Maza, G., y López, D., (2021). La publicidad errónea: ¿Un problema de excusabilidad del proveedor o de recogscibilidad del consumidor? *Revista chilena de derecho privado*, (36), 9-39 <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-80722021000100009>
- Decreto Legislativo N° 1033, (2007) Texto Integrado del reglamento de organización y funciones del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual. <https://www.indecopi.gob.pe/documents/20182/143803/dl1033.pdf>

Decreto Legislativo N° 1044 (2008), Ley de Represión de la Competencia Desleal
<https://www.indecopi.gob.pe/documents/1902049/3770764/Decreto+Legislativo+1044.pdf/80c54c56-c4d8-9085-fde7-fccd4ac716d0>

Decreto Legislativo N° 1304 (2016). Ley de Etiquetado y Verificación de los Reglamentos Técnicos de los Productos Industriales Manufacturados.
<https://spij.minjus.gob.pe/spij-ext-web/detallenorma/H1170906>

Decreto Supremo N° 001 (2016). Texto Único de Procedimientos Administrativos
<http://www.digesa.minsa.gob.pe/expedientes/tupas.aspx>

Decreto Supremo N° 007-98-SA: Reglamento sobre Vigilancia y Control Sanitario de Alimentos y Bebidas.

Decreto Supremo N° 011 (2017). Ministerio de Salud
https://www.minsa.gob.pe/Recursos/normaslegales/2017/rof_2017-mod.pdf

Decreto supremo nº 031(2007): *Adecuan normas nacionales sobre el otorgamiento de Plenos Poderes al derecho internacional contemporáneo.*
<https://spij.minjus.gob.pe/spij-ext-web/detallenorma/H943193>

Diez, C. (2004). *El nombre comercial.* Pág. 229-242
<http://www.anuarioandino.com/Anuarios/Anuario01/art10/ANUARIO%20ANDINO%20ART10.pdf>

Dominguez, D., Fernandez, R. & Montaña, C. (2020) *An international regulatory review of food health-related claims in functional food products labeling*
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1756464620301201>

Echegaray, D. (2020). Nuevo régimen jurídico en materia de competencia desleal para Puerto Rico: estudio comparado entre los derechos español, estadounidense y puertorriqueño [Tesis de doctorado], Universidad Complutense de Madrid. <https://eprints.ucm.es/id/eprint/64992/1/T42367.pdf>

Esparragoza, B. y Mendoza, G. (2019). Educación: Aportaciones metodológicas.
<https://www.uo.edu.mx/sites/default/files/revista/recurso/Educacion%20-%20aportaciones%20metodol%C3%B3gicas.pdf>

- Espriella, R. y Gómez, R., C. (2020). Teoría fundamentada. *rev.colomb.psiquiatr.* [online]. 2020, vol.49, n.2, pp.127-133. Epub June 18, 2020. ISSN 0034-7450. <https://doi.org/10.1016/j.rcp.2018.08.002>.
- Esteban, N. (2018). Tipos de investigación. Universidad Santo Domingo de Guzmán. <http://repositorio.usdq.edu.pe/bitstream/USDG/34/1/Tipos-de-Investigacion.pdf>
- Feria, A., Matilla, G. y Mantecón, L., S. (2020). La entrevista y la encuesta: ¿métodos o técnicas de indagación empírica? *Dialnet*. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7692391>
- Gastelo, S. (2021). Competencia desleal en las actividades empresariales de municipalidades peruanas: criterios para evitar su comisión en aplicación del principio de subsidiariedad [tesis para abogado] *Universidad Católica Santo Toribio De Mogrovejo*. https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/4092/1/TL_GasteloSanchezMaria.pdf
- Granados, C. (2018). El control preventivo ejercido por el Indecopi- Lambayaque y el perjuicio del consumidor mediante la publicidad engañosa: *Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo: [Tesis para obtener el grado de bachiller en derecho]* <https://repositorio.unprg.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12893/4243/BC-TES-TMP-3059.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Guzmán, N. (2011). Introducción a la Represión de la Competencia Desleal en el Perú. Un análisis del Decreto Legislativo N° 1044. *Revista De Derecho Administrativo*, (10), 245-257. <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/derechoadministrativo/article/view/13693>
- Helmreich, J. (2021). Advertising as Guaranteeing: a Defense of Strict Liability. *Problema anuario de filosofía y teoría del derecho*, (15), 29-51. Epub 31 de mayo de 2022. <https://doi.org/10.22201/ijj.24487937e.2021.15.16118>

- Herrera, J. (2017). La investigación cualitativa, Universidad de Guadalajara <http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/handle/123456789/1167>
- Howells, G. (2019). Protecting Consumer Values in the Fourth Industrial Revolution <https://doi.org/10.1007/s10603-019-09430-3>
- Indecopi (2021). El indecopi multó a empresas laive y braedt por no indicar claramente los verdaderos ingredientes en algunos de sus productos. Boletín Informativo. <https://www.indecopi.gob.pe/notas-de-prensa>
- Inguillay, G., Tercero, C. y López, A. (2020). Ética en la Investigación científica <https://doi.org/10.31876/is.v3i1.10>
- Lopera, E., Ramírez, G., Zuluaga, A. y Ortiz, V. (2010). Método analítico como método natural. *Revista Crítica de Ciencias Sociales y jurídicas*. Universidad de Antioquia, Colombia. <file:///C:/Users/User/Downloads/ecob,+NOMA1010140327A.PDF.pdf>
- López, D. (2021). Las perspectivas de tutela aplicables ante la publicidad engañosa en el derecho chileno. *Revista de derecho privado*, (40), 273-308. Epub 08 de febrero de 2021. <https://doi.org/10.18601/01234366.n40.10>
- López, G. (2004). La publicidad y el derecho a la información en el comercio electrónico. <http://www.eumed.net/cursecon/libreria/>
- Macías, B. (2017). El delito de publicidad engañosa. Madrid, España: https://revistas.usergioarboleda.edu.co/index.php/cuadernos_de_derecho_penal/article/download/569/480/2014.
- Mezarina, G. y Rosales, Z. (2019). Los acuerdos interinstitucionales en la práctica peruana de derecho internacional. *Derecho PUCP*, (82), 371-406. <https://dx.doi.org/10.18800/derechopucp.201901.013>
- Montenegro, Y. y Cabrera, K. (2022). Protección y legitimidad de los nombres comerciales frente a la marca y nombre social en la Comunidad Andina. *Ius et Praxis*, 28(2), 63-80. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-00122022000200063>
- Muntané, J. (2010). Introducción a la investigación básica. https://www.researchgate.net/publication/341343398_Introduccion_a_la_Investigacion_basica.

- Neill, D. y Cortez, S. (2017). Procesos y fundamentos de la investigación científica Universidad Técnica de Machala- Ecuador. <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/14232/1/Cap.4-Investigaci%C3%B3n%20cuantitativa%20y%20cualitativa.pdf>
- Pejoves, M. (2014). Conflictos de competencia entre entidades públicas <http://www.oas.org/cip/docs%5CPresentaciones%20Políticas%20Publicas%20Uruguay%5CJose%20Antonio%20Pejoves.pps>
- Piña, M. (2019). Panorama general del sistema de protección de la propiedad intelectual en China. Revista *Dialnet*. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6920339>
- Prospero, M. (2020). Análisis preliminar de la cláusula general aplicable a denuncias administrativas en materia de competencia desleal [Tesis para optar el título de abogado] Universidad De Lima. https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/14531/Prospero_Mart%C3%ADn_Cortez.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Resolución 0273 (2018). SDC-INDECOPI https://static.legis.pe/wp-content/uploads/2019/02/Resoluci%C3%B3n-de-Gloria-Legis.pe_.pdf
- Reyes, F. (2021). Actos de engaño y publicidad engañosa: en defensa de empresarios y consumidores. Universidad San Ignacio de Loyola, Fondo Editorial. <https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/31b92261-0483-443e-84eb-3a5683083601/content>
- Rhodes, A. & Wilson, C. (2018). False advertising. The RAND Journal of Economics, 49 (2), pp.348-369. <https://hal.science/hal-03263861>
- Sánchez, F. (2019). Fundamentos epistémicos de la investigación cualitativa y cuantitativa: consensos y disensos. Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria, 13(1), 102-122. <https://dx.doi.org/10.19083/ridu.2019.644>
- Sanz, S. (2020). State of the art of the pre-contractual general duty of information in Latin America, with emphasis in the Chilean case. *Revista ces derecho*. http://www.scielo.org.co/scielo.php?Script=sci_arttext&pid=S2145-77192020000100157.

- Sosa, A. (2020). Uso de marcas de terceros competidores en Google ads sin autorización en el Perú ¿infracción marcaría o acto de competencia desleal? *Revista Pontificia Universidad Católica del Perú*. <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/derechoysociedad/article/view/22440>
- Torres, R. (2021). El transitar en la investigación cualitativa: un acercamiento a la triangulación. *Revista Scientific*, 6(20), 275-295, e-ISSN: 2542-2987. <https://doi.org/10.29394/Scientific.issn.2542-2987.2021.6.20.15.275-295>
- Urrea, T. y Blázquez, A. (2023). Alergias Alimentarias: Revisión de la legislación correspondiente a la gestión y al etiquetado de alérgenos. Universidad de Castilla-La Mancha <https://revistaseug.ugr.es/index.php/ars/article/view/27625>
- Villalba, C. (2009). La noción de consumidor en el derecho comparado y en el derecho colombiano. *Vniversitas* <http://www.scielo.org.co/pdf/vniv/n119/n119a18.pdf>
- Vucetich, N. (2020). Desarrollo local con identidad cultural, tres productos bandera del Perú con denominación de origen: café de Villa Rica, cerámica de Chulucanas y pisco [Tesis de Maestría]. <http://hdl.handle.net/20.500.12404/17116>
- Wim, V. (2019). Consumer evaluation, use and health relevance of health claims in the European Union. *Elsevier* <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0950329317303130>

ANEXOS

Anexo 1 Matriz de categorización

Acuerdos Interinstitucionales en la denominación comercial y competencia de alimentos y bebidas industrializadas en Lince, 2022

Problema de investigación	Objetivos de investigación	Categorías	Subcategorías	Fuentes	Técnicas e instrumento de recolección de datos
	<u>Objetivo General</u>				
<u>Problema general</u> ¿De qué manera la falta de acuerdos interinstitucionales en la denominación comercial afecta la competencia de alimentos y bebidas industrializadas en Lima, 2022?	Explicar de qué manera la falta de acuerdos interinstitucionales afecta la denominación comercial y competencia de alimentos y bebidas industrializadas Lince, 2022	Acuerdos Interinstitucionales en la denominación comercial	Conflicto de competencias Abuso de posición	Directores ejecutivos, jefes de equipo, abogados y personal técnico.	<u>Técnicas</u> -Entrevistas -Análisis de resoluciones / Jurisprudencia
<u>Problemas específicos</u> P.E 01.- ¿De qué manera la denominación del producto implica en la leal competencia?	<u>Objetivos Específicos</u> <u>objetivo específico 01</u> Analizar de qué manera la denominación del producto implica en la leal competencia	Competencia de alimentos y bebidas industrializadas.	Competencia desleal Publicidad engañosa	Indecopi y Digesa Revistas indexadas, tesis, doctrina y libros	<u>Instrumentos</u> Guía de entrevistas y Guía de análisis documental
¿De qué manera la denominación comercial en el registro sanitario de alimentos y bebidas industrializadas se vulnera a raíz de la publicidad engañosa?	<u>Objetivos Específicos</u> <u>objetivo específico 02</u> Explicar de qué manera la denominación comercial en el registro sanitario de alimentos y bebidas industrializadas se vulnera a raíz de la publicidad engañosa.				

Anexo 02. Instrumento de recolección de datos

GUÍA DE ENTREVISTA

Título: Acuerdos Interinstitucionales en la denominación comercial y competencia de alimentos y bebidas industriales Lince, 2022.

Entrevistado:

Cargo – Profesión:

Institución:

Objetivo general.- Determinar de qué manera la falta de acuerdos interinstitucionales afecta la denominación comercial y competencia de alimentos y bebidas industrializadas

Preguntas.

1.- ¿De qué manera considera usted que la falta de acuerdos interinstitucionales entre INDECOPI y DIGESA afecta la denominación comercial?

2.- ¿De qué manera considera Ud. que el establecer acuerdos interinstitucionales entre las entidades beneficia los consumidores y las empresas en lo que respecta a la competencia de alimentos y bebidas industrializadas?

3.- Al establecer un acuerdo interinstitucional entre entidades ¿De qué manera considera que debería ser el procedimiento legal de la obtención del registro sanitario?

Objetivo específico 01.- Determinar de qué manera la denominación comercial se relaciona con la competencia desleal

Preguntas.

4. Considera que la errada denominación comercial en el registro sanitario emitido por DIGESA podría afectar la competencia leal en la industria alimentaria ¿De qué manera?

5.- Teniendo en cuenta que el abuso de posición de dominio sucede cuando una o más empresas actúan de manera indebida, con el fin de obtener beneficios y causar perjuicios a otros en base un monopolio ¿Considera usted que existe un vacío legal en el sector alimentario, de manera que se genera competencia desleal en el mercado y con ello un abuso de posición de dominio?

6. Teniendo en cuenta que los términos en la denominación comercial tienen que indicar la verdadera naturaleza del producto, en caso que la industria incumpliera con ello, de existir una errada denominación comercial errada ¿Cuáles serían los efectos que causaría a la industria alimentaria?

Objetivo específico 02.- Determinar de qué manera la competencia de alimentos y bebidas industrializadas se relaciona con la publicidad engañosa.

7. ¿De qué manera considera usted que la publicidad engañosa vulnera la denominación comercial en el registro sanitario?

8.- Según el art 52 del Decreto Legislativo 1044 “*Ley de Represión de la competencia desleal*” establece los parámetros de las sanciones bajo los términos leve, grave y muy grave. ¿Considera usted que es una sanción proporcional al daño causado a la industria? ¿Por qué?

9. Teniendo en cuenta el Decreto Legislativo 1565 “*Ley general de mejora de la calidad regulatoria*” ¿Considera usted que se debería aplicar la simplificación administrativa al momento de evaluar las solicitudes de registro sanitario para contrarrestar la publicidad engañosa?

Anexo 03. Instrumento de recolección de datos

GUÍA DE ENTREVISTA

Título: Acuerdos Interinstitucionales en la denominación comercial y competencia de alimentos y bebidas industriales Lince, 2022.

Entrevistado: Victor Antonio Andia Fernández

Cargo/Profesión/Grado: Coordinador del Área Legal de DCEA / Abogado/ Magister

Institución: DIGESA

Objetivo general. - Explicar de qué manera la falta de acuerdos interinstitucionales afecta la denominación comercial y competencia de alimentos y bebidas industrializadas Lince, 2022

PREGUNTAS:

1.- ¿De qué manera considera usted que la falta de acuerdos interinstitucionales entre INDECOPI y DIGESA afecta la denominación comercial?

Al respecto, se tiene que tener en cuenta el Decreto Supremo N° 007-098-SA delimita estas funciones respecto a la competencia de la Autoridad Sanitaria, para poder establecer una denominación comercial, es decir el Decreto Supremo de Control de Vigilancia de Alimentos no habilita a la DIGESA el poder establecer un nombre comercial a los productos, solo habilita al registro sanitario para que emita la comercialización de los productos. Además de la normativa de la protección al consumidor de INDECOPI establece literalmente e incluso en su reglamento que esa facultad le corresponde a la autoridad administrativa, así que lamentablemente lo que se ha venido haciendo en los últimos años es una superposición de funciones y no es empleada adecuadamente la norma, sucede que los servidores públicos han cometido errores y con ello inducido a error a los administrados, por lo mismo que han solicitado dentro de sus requisitos administrativos que se precise este “ nombre comercial “ entonces obviamente este requisito dentro del tupa establecido en el N° 30, genera no una barrera burocrática sino un requisito ilegal, porque no es la autoridad administrativa competente para poder solicitar este nombre comercial como requisito para poder obtener su registro sanitario.

Considero que ha existido un error en la aplicación de una normativa sanitaria por parte de los servidores públicos de la DIGESA, al solicitar dentro de sus requisitos administrativos del procedimiento n° 30 del tupa del Minsa que se consignen un nombre comercial toda vez que esta no es la entidad de hacerlo, induciendo en error a los administrados, toda vez que genera un conflicto de competencias y además de que se irrogan derechos y funciones que no corresponden a la DIGESA, pues ello corresponde a INDECOPI y lo dice literalmente la ley de protección al consumidor.

2.- ¿De qué manera considera Ud. que el establecer acuerdos interinstitucionales entre las entidades beneficia los consumidores y las empresas en lo que respecta a la competencia de alimentos y bebidas industrializadas?

Considero que los puede beneficiar positivamente, siempre y cuando se tenga delimitados las funciones de la autoridades administrativas porque si bien es cierto hace 20 años se viene aplicando el 007-98-SA, ello no ha sufrido modificaciones que puedan beneficiar a los administrados entonces hacer un acuerdo entre DIGESA e INDECOPI, se buscaría afianzar la competencia de INDECOPI esto beneficiara más que a las empresas a los consumidores porque se tiene la realidad que entidad pública es la competente para poder resguardar los derechos entonces el que gana es el consumidor o sea el administrado, obvio que es bueno tener convenios.

3.- Al establecer un acuerdo interinstitucional entre entidades ¿De qué manera considera que debería ser el procedimiento legal de la obtención del registro sanitario?

Considero que se debería dar la modificación del DS 007-98-SA, en caso de no darse se podría establecer como principal hito que se modifique ese requisito del TUPA de DIGESA y que se establezca primero contar con un registro o una verificación comercial como se hace con las marcas que emite INDECOPI y posterior a ello emitir el registro sanitario.

<p>Objetivo específico 01.- Analizar de qué manera la denominación comercial implica en la leal competencia</p>
--

4. Considera que la errada denominación comercial en el registro sanitario emitido por DIGESA podría afectar la competencia leal en la industria alimentaria ¿De qué manera?

Considero que si se afecta, toda vez que se estaría vulnerando el derecho a los administrados a estar debidamente informados al consumidor precisamente, además vulnera la libre competencia porque no habría una realidad o una certeza respecto al nombre comercial que se está indicando para la obtención del registro sanitario se estaría mintiendo para obtener el registro sanitario de ahí partiría una competencia desleal por parte de las empresas que quieren registrar un producto que no es acorde a la materia.

5.- Teniendo en cuenta que el abuso de posición de dominio sucede cuando una o más empresas actúan de manera indebida, con el fin de obtener beneficios y causar perjuicios a otros en base un monopolio ¿Considera usted que existe un vacío legal en el sector alimentario, de manera que se genera competencia desleal en el mercado y con ello un abuso de posición de dominio?

Si considero que existe un abuso de posición de dominio, porque no existen acuerdos claros ni normativa, es ahí donde entra a tallar el principio de legalidad que se encuentra establecido en el T.U.O de la Ley de Procedimiento Administrativo que indica que todo el aparato estatal tiene que centrarse a lo que indica literalmente la norma de manera que genera certeza en los administrados, entonces el vacío de ello deviene en vulneraciones de derechos por parte de la entidad en contra de las empresas que solicitan registro sanitario y erradamente deniegan o aprueban denominaciones comerciales que no corresponden a su producto

Objetivo específico 02.- Explicar de qué manera la denominación comercial en el registro sanitario de alimentos y bebidas industrializadas se vulnera a raíz de la publicidad engañosa.

6. Teniendo en cuenta que los términos en la denominación comercial tienen que indicar la verdadera naturaleza del producto, en caso que la industria incumpliera con ello, de existir una errada denominación comercial errada ¿Cuáles serían los efectos que causaría a la industria alimentaria?

Causaría una competencia desleal en el mercado, debido a que pondría en preferencia sobre otros productos en el mercado al usar denominaciones no autorizadas o aprobados por alguna entidad, sea esta INDECOPI o DIGESA. Además, causaría perjuicios a la salud de los consumidores como el reciente caso de la bebida alcohólica Punto D' oro sabor maracuyá que causó la pérdida de la vista de un consumidor.

7. ¿De qué manera considera usted que la publicidad engañosa vulnera la denominación comercial en el registro sanitario?

Es por ello que se debería implementar un registro nacional de sanciones por publicidad engañosa en la denominación comercial u otro tipo de acto desleal, el cual prohíba comercializar ese producto. Debido a que las multas son sanciones disuasivas que cuando las empresas cumplen con pagarla no impide que este pueda cometer nuevamente este tipo de actos, por ello es necesario el registro y la suspensión del producto por un periodo de 1 a 3 años evaluando el tipo de engaño.

8.- Según el art 52 del Decreto Legislativo 1044 “Ley de Represión de la competencia desleal” establece los parámetros de las sanciones bajo los términos leve, grave y muy grave. ¿Considera usted que es una sanción proporcional al daño causado a la industria? ¿Por qué?

Si bien es cierto el pago de multas es una sanción pecuniaria que te obliga a pagar un monto de dinero a favor del Estado por el perjuicio que se ha causado a los consumidores, pero queda en el vacío el daño colateral que has causado como empresa que es el impacto sociológico que se ha causado por la distribución del producto, es decir si le has brindado ciertas denominaciones al producto que no son reales frente a la competencia, como por ejemplo los términos; sin lactosa, libre de gluten, vegano entre otros términos es entonces donde se crea un daño psicológica a los consumidores y esa parte cognitiva que queda libre o al libre albedrío de INDECOPI para sancionar a la empresa este debería ser un valor correspondiente, es entonces no existe para INDECOPI solo se dedica a realizar las multas, por tal es necesario implementar el registro de sanciones por publicidad engañosa.

9. Teniendo en cuenta el Decreto Legislativo 1565 “Ley general de mejora de la calidad regulatoria” ¿Considera usted que se debería aplicar la simplificación administrativa al momento de evaluar las solicitudes de registro sanitario para contrarrestar la publicidad engañosa?

Si, en ese caso el mencionado decreto habla acerca de la adecuación de los procedimientos a la realidad de cada autoridad administrativa. Es por ello que, el aplicar la simplificación administrativa es dejar de pedir copias de dni o fichas ruc sino evitar que el administrado pueda incurrir en tramites o gastos innecesarios como presentar una declaración jurada.

En dicho sentido, para solicitar el registro sanitario dentro de los requisitos se pide declaración jurada, fórmula del producto, denominación y etc. Para evitar ello se debería presentar una declaración jurada de la inocuidad del producto porque dentro de la evaluación del registro no se evalúa la inocuidad o sea si este producto es bueno o cumple con los estándares de calidad, ello no se evalúa simplemente se solicita el registro en base a tu buena fe que lo presentas ante la autoridad administrativa que en este caso es DIGESA, la parte organoléptica del producto eso se evalúa al momento de tener la certificación.

En efecto, considero que se debería hacer una evaluación conforme señala la Secretaria de Gestión Pública de la PCM para que se pueda obtener el registro sanitario. Por ej. Debería limitarse a pedir una DJ solo ello manifestando lo que contiene el producto conforme. Es de precisar que el registro sanitario solo avala la comercialización del producto o sea este no está ligado a la inocuidad del producto lo que evalúa ello es que cada empresa cuenta con la certificación de higiene o HACCP que son las únicas certificaciones de inocuidad alimentaria establecidas en el país, es importante que las personas sepan diferenciar entre certificación y registro

Nombre del participante: Victor Antonio Andia Fernández

Numero de Colegiatura: 69974



ABOG. VICTOR ANTONIO ANDIA FERNANDEZ
REG. C.A.L. N.º 69974

Firma

Anexo 03. Instrumento de recolección de datos

GUÍA DE ENTREVISTA

Título: Acuerdos Interinstitucionales en la denominación comercial y competencia de alimentos y bebidas industriales Lince, 2022.

Entrevistado: Indira Gladys Valero Mallma

Cargo/Profesión/Grado: Evaluador del área de alimentos / Ingeniera Alimentaria

Institución: DIGESA

Objetivo general. - Explicar de qué manera la falta de acuerdos interinstitucionales afecta la denominación comercial y competencia de alimentos y bebidas industrializadas Lince, 2022

PREGUNTAS:

1.- ¿De qué manera considera usted que la falta de acuerdos interinstitucionales entre indecopi y digesa afecta la denominación del producto?

Considero que afecta a nivel nacional puesto que Digesa es la entidad encargada a nivel nacional de brindar el registro sanitario y el aprobar o denegar una errada denominación del producto en su registro sanitario, puesto que estaría generando un conflicto de competencias, es por ello que es necesario que ambas entidades establezcan acuerdos en beneficio de los consumidores. Debido que, los administrados que no tienen ello en consideración y no le brindan la debida importancia como por ejemplo al denominar a un producto leche fresca o le indica fruta cuando es saborizante ej. La mermelada según el CODEX indica que se compone de fruta y azúcar si se le agrega otro componente como Stevia por más que sea beneficioso para el consumidor, este producto ya no podría ser denominado mermelada sino jalea o dulce de fresa ya que, se le agrega un ingrediente no establecido en el CODEX.

Por otro lado, el Decreto Supremo 007-98-SA en su artículo 117 inc. a) establece el contenido del rotulado debe contar con el nombre del producto, es entonces el administrado a través de la Ventanilla Única de Comercio Exterior declara su nombre del producto y se le otorga el registro sanitario en el que consigna dicho nombre en el cual se presume su buena fe.

2.- ¿De qué manera considera Ud. que el establecer acuerdos interinstitucionales entre las entidades beneficia los consumidores y las empresas en lo que respecta a la competencia de alimentos y bebidas industrializadas?

Los consumidores se benefician en el sentido que disminuye o evita la publicidad engañosa en el mercado debido a que el consumidor tendría la claridad del producto que obtiene.

Las empresas se vienen beneficiadas debido a que se regularían las denominaciones de los productos, de manera que el INDECOPI a través sus competencias observaría en caso la denominación induzca a error al consumidor, una vez subsanada la

observación, el administrado consignaría una denominación idónea y devendría de sanciones, puesto que ya hay un ente regulador.

3.- Al establecer un acuerdo interinstitucional entre entidades ¿De qué manera considera que debería ser el procedimiento legal de la obtención del registro sanitario?

En cierta manera pienso que sería burocrático, pero considero que es necesario a fin de evitar la publicidad engañosa debido a que ello no solo induce a error al consumidor, sino que también repercute en su salud.

Entonces el procedimiento sería que Digesa trabaje de la mano con Indecopi, y una vez que el administrado solicite su registro sanitario y se verifica que cumple con los estándares de calidad, con los análisis físico – químicos, debería existir una solicitud de denominación del producto post registro sanitario, es decir se maneje independientemente no se coaccione el registro sanitario.

En consecuencia un especialista en INDECOPI que se encargue de la producción de alimentos y con las denominaciones que solicite la empresa, Indecopi apruebe las denominaciones por ejemplo los términos; bebida **sabor a fresa** o bebida **de fresa.**, y otros términos como; tiene tal producto con dicho producto o en base a dicho producto (ingredientes principales) son términos que inducen a error al consumidor, entonces de ello se debería encargar INDECOPI de brindar claridad a los administrados, a fin de que no se siga cayendo en el mismo error.

Debido a que hay incongruencias y conflictos en el orden que se le debería otorgar ej. La marca es **bio natural** y de acuerdo a su composición son químicos, bajo ese supuesto Digesa le deniega el producto, pero si dicha marca ya fue aprobada en Indecopi es entonces donde se genera las erradas denominaciones, es por ello que Indecopi al otorgar la marca debería limitar a que productos se le otorga los términos de la marca porque algunos de ellos no guardan relación con su composición.

Objetivo específico 01.- Analizar de qué manera la denominación comercial implica en la leal competencia

4. Considera que la errada denominación comercial en el registro sanitario emitido por Digesa afecta la leal competencia en la industria alimentaria ¿De qué manera?

Claro que sí implica, porque el producto por el cual fue otorgado el registro lo consignan en otro producto generando un engaño al consumidor. Asimismo, el comercializar productos sin el registro sanitario genera una competencia desleal porque pone en desventaja a lo demás empresarios, toda vez que genera una ventaja significativa frente a sus competidores que cuentan con el registro sanitario, cuya obtención ha sido consecuencia de un trámite administrativo que implica una inversión de recursos económicos y de tiempo, en concordancia con el artículo 14 de mencionado cuerpo legal.

Del mismo modo, hay algunas denominaciones del producto como dbtx entre otras abreviaciones, pero cuando se lee corrido fonéticamente parece diabetes, pero no se le

puede indicar al administrado retira dicha denominación porque no es competencia de Digesa, entonces se genera una errada denominación del producto, del mismo modo sucede con los productos con el termino super alimento o altas proteínas o extra poder genera una mayor venta en el mercado de manera que afecta a la leal competencia.

5.- Teniendo en cuenta que el abuso de posición de dominio sucede cuando una o más empresas actúan de manera indebida, con el fin de obtener beneficios y causar perjuicios a otros en base un monopolio ¿Considera usted que existe un vacío legal en el sector alimentario, de manera que se genera competencia desleal en el mercado y con ello un abuso de posición de dominio?

Si, ya que al tener la normativa clara se tendría una valorización más estándar de la evaluación de los productos alimenticios y bebidas industrializadas al momento de otorgar o denegar el registro y no usar el principio de precaución y cautela a criterio del evaluador, porque no está normado o aceptado por ej. Las mezclas en polvo, el colágeno, las proteínas y se genera un conflicto de competencias con Digemid, Senasa, Sanipes y entre otras entidades encargadas de brindar registro sanitario de alimentos, puesto que en el caso de Digemid es el encargado de suplementos y capsulas, o como mencionaba acerca del colágeno le corresponde a digemid el otorgamiento del registro, pero si este contiene sabor a mora, por el ultimo componente ya le corresponde la competencia, basta que tenga un alimento para que le designe la competencia a Digesa sin alguna base legal, son terminologías que no contienen un soporte normativo.

Ej. Huevo de tortuga, la tortuga pone los huevos en la tierra y es una tortuga marina, se requiere vender los huevos en salmuera, es entonces donde ¿le debería corresponder la competencia a Digesa?, es ahí donde surge las interrogantes.

6.- Teniendo en cuenta que los términos en la denominación comercial tienen que indicar la verdadera naturaleza del producto, en caso que la industria incumpliera con ello, de existir una errada denominación comercial ¿Cuáles serían los efectos que causaría a la industria alimentaria?

El consumidor debe estar informado de lo contiene el producto, porque uno de los efectos que causaría es genere perjuicios a la salud del consumidor como reacciones alérgicas, como por ejemplo el contener gluten en los productos y el consumidor no lo indica, a su vez los embutidos cuando indican en su denominación del producto hot dog de pollo y cerdo, dando a entender que contiene carne de esos productos, pero según su composición es grasa de cerdo y pollo, entonces al tener denominaciones muy genéricas causaría efectos nocivos en la salud.

<p>Objetivo específico 02.- Explicar de qué manera la denominación comercial en el registro sanitario de alimentos y bebidas industrializadas se vulnera a raíz de la publicidad engañosa.</p>

7. ¿De qué manera considera usted que la publicidad engañosa afecta la denominación comercial en el registro sanitario?

Cuando no son congruentes, porque lo primero que ingresa es visual y para países extranjeros es lo primordial según la CAN, es por ello que se tiene que indicar que el producto contiene imagen referencial.

Se debe mantener en forma alineada denominación del producto, imagen y publicidad, por ejemplo, los néctares según el CODEX indica que tienen que tener jugo de fruta y en se caso en específico en la publicidad del producto si se podría establecer una fruta.

8. Según el Decreto Legislativo 1044 “Ley de Represión de la competencia desleal” que se encarga de sancionar la publicidad engañosa considera usted que la sanción es proporcional al daño causado en la denominación comercial del registro sanitario de manera que genera publicidad engañosa ¿Por qué?

Si es un producto que ya se esta comercializando en el mercado, tengo que evaluar el publico objetivo ver si el consumidor es sensible a la composición entonces depende del producto como tal por ej. Tiene gluten en el caso de alergias, no solamente es sancionar porque si es que contiene alergenos se puede morir el consumidor

Causa un daño la frecuencia de su consumo por ej. En época de navidad se consume constantemente los panetones y en muchas ocasiones estos contienen bromato siendo este componente dañino cuando su consumo es masivo.

Considero que debe de retirar el producto definitivamente sobre todo si son alimentos porque causa un daño a la salud e implementar sanciones correctivas más severas.

9. Teniendo en cuenta el Decreto Legislativo 1565 “Ley general de mejora de la calidad regulatoria” ¿Considera usted que se debería aplicar la simplificación administrativa al momento de evaluar las solicitudes de registro sanitario teniendo en cuenta que una errada denominación comercial genera la publicidad engañosa?

En cierta forma, se podría definir la solicitud del registro sanitario como una barrera para los empresarios debido que al solicitar el registro tienen que contar con ciertos requisitos como el análisis físico – químico entre otros, cuando el procedimiento es automático y no se encarga de declarar la inocuidad del producto sino de autorizar su comercialización pues quien indica que el producto es inocuo es el plan HACCP.

Si este procedimiento se simplifica y se otorga los registros de manera automatizada se debe agregar procedimientos para que las empresas cumplan con la inocuidad del producto, debido que esta es riesgo la salud de las personas, es por ello que se debería implementar alertas sanitarias y realizar visitas a las plantas opinadas e inopinadas, a fin de salvaguardar la inocuidad del producto y velar por la salud de los consumidores y así puedan discriminar productos de alto riesgo y bajo riesgo dependiendo las condiciones.

Nombre del participante: Indira Gladys Valera Malma
DNI: 41208260
Numero de Colegiatura: CIP - 132764

Firma

Anexo 03. Instrumento de recolección de datos

GUÍA DE ENTREVISTA

Título: Acuerdos Interinstitucionales en la denominación comercial y competencia de alimentos y bebidas industriales Lince, 2022.

Entrevistado: Kattyska Alzamora Rojas

Cargo/Profesión/Grado: ABOGADA/ ABOGADA/ TITULADA

Institución: DIGESA

Objetivo general. - Explicar de qué manera la falta de acuerdos interinstitucionales afecta la denominación comercial y competencia de alimentos y bebidas industrializadas Lince, 2022

PREGUNTAS:

1.- ¿De qué manera considera usted que la falta de acuerdos interinstitucionales entre Indecopi y Digesa afecta la denominación comercial?

La falta de acuerdos Interinstitucionales entre ambas entidades afecta considerablemente los principios de confianza legítima y seguridad jurídica, toda vez que, los administrados confían en la autorización que les es otorgada por una entidad, pero luego cuestionada por otra.

Ahora bien, de lo señalado se busca analizar cuáles son los criterios utilizados en el procedimiento de certificación de los productos y la normativa aplicable, contrastándola con los criterios utilizados por INDECOPI para cuestionar el uso de las denominaciones en las etiquetas de los productos. Asimismo, se busca examinar si a través de la actuación de esta entidad, se han vulnerado los principios ya señalados.

Al respecto, es preciso señalar que, los registros que son otorgados por Digesa han sido evaluados por esta entidad, ya que la misma sería la autoridad competente para otorgar el registro sanitario de estos productos en el mercado y que, las facultades de Indecopi no abarcarían en el análisis de la naturaleza de los productos, ni podría desconocer las competencias de Digesa sobre la misma.

Sin embargo, la realidad es que, al encontrarse tan relacionadas las competencias entre ambas entidades, surge el cuestionamiento entre dicha denominación comercial y la naturaleza del producto.

2.- ¿De qué manera considera Ud. que el establecer acuerdos interinstitucionales entre las entidades beneficia los consumidores y las empresas en lo que respecta a la competencia de alimentos y bebidas industrializadas?

La importancia de poder establecer acuerdos interinstitucionales será en favor a mejorar la viabilidad y operatividad de los procesos, respetando los principios de confianza legítima y seguridad jurídica antes mencionados; ello en virtud a lo establecido en el siguiente marco normativo:

Sobre la competencia en el procedimiento administrativo

El artículo 70°.1 del TUO de la LPAG establece que la competencia de las entidades tiene su fuente en la Constitución y en la ley, y es reglamentada por las normas administrativas que de aquellas se derivan¹. Complementariamente, el artículo 84° del referido cuerpo normativo dispone que las autoridades tienen el deber de actuar dentro del ámbito de su competencia y conforme a los fines para los que les fueron conferidas sus atribuciones².

De lo atribuido en el marco normativo precedente, se desprende la importancia de la competencia, la misma que deriva de las principales fuentes de normas y de ordenamiento jurídico, el cual regula y establece los alcances de la competencia, en este caso entre las entidades involucradas.

Asimismo, de ello deviene que, al establecer acuerdos entre estas entidades de competencia en la materia, fortalece y clarifica las funciones de las mismas, con el objetivo de elevar los estándares de calidad en sus procedimientos. En tal sentido que, cada una vela por sus propias competencias; es así que, para el caso en concreto la competencia de Indecopi se centra en verificar que las empresas hayan consignado la denominación que refleja la verdadera naturaleza del producto, la cual es autorizada por Digesa, quien es la competente para otorgar el registro sanitario de alimentos y bebidas industrializadas³.

3.- Al establecer un acuerdo interinstitucional entre entidades ¿De qué manera considera que debería ser el procedimiento legal de la obtención del registro sanitario?

En relación a la presente, estimo pertinente que debe ser el mismo procedimiento, debido a que el mismo establece una serie de requisitos en función a verificar el correcto y debido cumplimiento, los cuales serán aptos para el consumo humano, ello con el fin de brindar el otorgamiento del Registro Sanitario, el cual es de fiel cumplimiento de lo instituido en el Texto Único de Procedimiento Administrativo de la Digesa.

Ahora bien, en razón a establecer un acuerdo interinstitucional sería en favor a optimizar los procesos y viabilidad de los mismos, creando estándares de calidad en los procesos y optimización de tiempos para el otorgamiento de los Registros Sanitarios, ello en virtud a tener un marco de criterios establecidos los cuales, al delimitar y establecer las competencias mejoran los mismos al vincular la comunicación directa entre entidades. De esa forma, no sería objeto de contraposición de competencia; por lo tanto, ambas entidades habrían optimizado el debido proceso para los administrados.

¹ TEXTO ÚNICO ORDENADO DE LA LEY 27444. LEY DEL PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO GENERAL, aprobado por el DECRETO SUPREMO 006-2017-JUS. Artículo 70°. - Fuente de competencia administrativa. 70.1 La competencia de las entidades tiene su fuente en la Constitución y en la ley, y es reglamentada por las normas administrativas que de aquellas se derivan. 70.2 Toda entidad es competente para realizar las tareas materiales internas necesarias para el eficiente cumplimiento de su misión y objetivos, así como para la distribución de las atribuciones que se encuentren comprendidas dentro de su competencia

² TEXTO ÚNICO ORDENADO DE LA LEY 27444. LEY DEL PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO GENERAL, aprobado por el DECRETO SUPREMO 006-2017-JUS. Artículo 84°. - Deberes de las autoridades en los procedimientos. Son deberes de las autoridades respecto del procedimiento administrativo y de sus partícipes, los siguientes: 1. Actuar dentro del ámbito de su competencia y conforme a los fines para los que les fueron conferidas sus atribuciones. (...)

³ Según el Art. 102 del Reglamento sobre Vigilancia y Control Sanitario de los Alimentos y Bebidas aprobado por el D.S. 007-98-SA son competencias de la entidad los alimentos y bebidas industrializados.

Objetivo específico 01.- Analizar de qué manera la denominación comercial implica en la leal competencia

4. Considera que la errada denominación comercial en el registro sanitario emitido por Digesa afecta la leal competencia en la industria alimentaria ¿De qué manera?

En relación a dicha pregunta, se desprende del análisis referido en la interrogante antecede que, la Digesa es la competente para el otorgamiento de los Registros Sanitarios e Indecopi es competente en la denominación comercial. Ahora bien, respecto una errada denominación comercial en el registro sanitario se puede hacer referencia al caso en concreto de lo acontecido con la empresa Gloria, en la cual se ve un claro ejemplo de la denominación comercial de sus productos puestos en el mercado no reflejarían la naturaleza del producto, el cual se hace un pequeño extracto de lo dictaminado por la Sala Especializada en Protección al Consumidor:

*(...) Confirmada la Resolución 176-2017/CC3, en el extremo que halló responsable a Leche Gloria Sociedad Anónima – Gloria S.A. por infracción del artículo 32° de la Ley 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor, al haberse verificado que las denominaciones “Leche evaporada parcialmente descremada esterilizada con maltodextrina y grasa vegetal”, “Leche evaporada parcialmente descremada esterilizada con maltodextrina, grasa vegetal y enriquecida con vitaminas A y D” y “Leche UHT con maltodextrina, grasa vegetal, proteína aislada de soya, minerales (hierro y zinc) y vitaminas (A y D)” de los productos “Bonlé Leche Evaporada”, “Bonlé Leche Evaporada Light” y “Pura Vida Nutrimax”, respectivamente, **no reflejaban la verdadera naturaleza de su composición.***

*Asimismo, se confirma la resolución venida en grado, en el extremo que halló responsable a Leche Gloria Sociedad Anónima – Gloria S.A. por infracción del artículo 19° de la Ley 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor, al haberse verificado que comercializó en el mercado los productos “Bonlé Leche Evaporada”, “Bonlé Leche Evaporada Light” y “Pura Vida Nutrimax”, cuyas denominaciones no cumplían con las disposiciones establecidas en el Codex Alimentarius⁴(...). **(El énfasis es mío).***

Aunado a ello, es importante tener en cuenta lo señalado por Indecopi respecto a la Leal Competencia:

(...) Principio de Leal Competencia el cual implica que la concurrencia en el mercado debe guardar conformidad con los parámetros relativos a la igualdad de oportunidades para los competidores, respetando los preceptos relativos a la buena fe y moral comercial, según la costumbre y los usos mercantiles⁵. Sobre este punto, cabe señalar que la antigua Sala de Defensa de la Competencia del Tribunal del Indecopi, a través de un pronunciamiento que constituye Precedente de Observancia Obligatoria, ha precisado la importancia del citado principio, afirmando que el principio de lealtad tiene como objetivo salvaguardar la leal competencia en el mercado, entendida como aquella

⁴ Fuente: TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL Sala Especializada en Protección al Consumidor RESOLUCIÓN 2627-2018/SPC-INDECOPI EXPEDIENTE 0053-2017/CC3

⁵ Respecto de la importancia del Principio de Leal Competencia, DE LA CUESTA, José María. (2002). Curso de Derecho de la Publicidad. Pamplona, Ediciones Universidad de Navarra S.A. (EUNSA), pp. 176-177, enseña lo siguiente: “...si todo operador en el mercado está sometido a la rivalidad que implica la competencia, ésta debe mantenerse en términos de lo que deportivamente se llama juego limpio y, en términos jurídicos, competencia leal. Porque sólo si la lucha competitiva se efectúa con lealtad sirve al bien común; la competencia desleal introduce factores disfuncionales en cuanto que pueden orientar las acciones en el mercado de modo opuesto al que sirve para la mejor asignación de los recursos”.

guiada por la buena fe comercial y el respeto a las normas de corrección que debe regir las actividades económicas⁶(...)”.

De lo expuesto, en lo citado se segrega que, la errada denominación en el caso referido por la empresa Gloria, es un claro ejemplo de la importancia *leal competencia* en el mercado; puesto que, se estaría afectando el objetivo de la buena fe en la venta de productos a comercializar. Toda vez que, se estaría vulnerando el *derecho a la competencia*, el cual puede afirmarse que se entiende como la prerrogativa que tiene toda persona natural o jurídica de participar en el mercado, compitiendo en él mediante la oferta de sus bienes o servicios, dentro de un contexto de lealtad y libertad, lo cual implica que los precios en el mercado se generan como consecuencia de la interacción entre oferta y demanda, de acuerdo con lo dispuesto en la legislación peruana⁷.

5.- Teniendo en cuenta que el abuso de posición de dominio sucede cuando una o más empresas actúan de manera indebida, con el fin de obtener beneficios y causar perjuicios a otros en base un monopolio ¿Considera usted que existe un vacío legal en el sector alimentario, de manera que se genera competencia desleal en el mercado y con ello un abuso de posición de dominio?

Referente a esta pregunta, cabe manifestar lo señalado por INDECOPI en cuanto al plano concerniente a la expedición de normas que regulen la competencia y su consecuente protección y defensa, esto se consigue mediante los dos sistemas normativos:

- El sistema regulador de la libertad de competencia.
- El sistema regulador de la competencia desleal⁸

El primero persigue la existencia de concurrencia y competencia en el mercado, mientras que el segundo persigue el correcto y leal comportamiento de los empresarios en la realización de sus actividades económicas cuando ya existe concurrencia en el mercado. Para el fiel cumplimiento de este último, se encuentra vigente la LRCD⁹, que busca sancionar las conductas desleales, a fin de procurar la competencia eficiente en los mercados y preservar la buena fe empresarial ya señalada.

Sin embargo, en la actualidad el modelo imperante de regulación de la competencia desleal es el denominado Modelo Social y es independiente de la regulación sobre propiedad industrial. Dicho modelo de regulación implica la protección no sólo del interés de los competidores o comerciantes sino, además, del interés de los consumidores y del orden público económico.

Conforme a lo expuesto líneas arriba, se puede apreciar que el derecho de represión de la competencia desleal ha pasado de constituir una regulación secundaria y fragmentada, a ser considerado como parte integrante del derecho de propiedad industrial para, finalmente, lograr plena autonomía de acuerdo al Modelo Social de represión de la competencia desleal, en el que dicha disciplina jurídica es parte fundamental del derecho ordenador del mercado, en tanto busca resguardar los

6 Fuente: Indecopi - Análisis de las funciones del Indecopi a la luz de las decisiones de sus órganos resolutivos - Competencia Desleal y Regulación Publicitaria pág. 17. Mayo del 2013 – Primera Edición.

7 El art. 4 del Decreto Legislativo N°757, Ley Marco para el Crecimiento de la Inversión Privada, establece lo siguiente: “La libre competencia implica que los precios en la economía resultan de la oferta y la demanda, de acuerdo con lo dispuesto en la Constitución y las leyes. Los únicos precios que pueden fijarse administrativamente son las tarifas de los servicios públicos, conforme a lo que se disponga expresamente por Ley del Congreso de la República”.

8 ALONSO, Ricardo. (1999). Op. cit., p. 245, indica lo siguiente: “...El Sistema regulador de la libertad de competencia, que comprende un grupo de normas cuya finalidad es sancionar los comportamientos de los empresarios u operadores económicos que impiden la existencia de competencia en el mercado (legislación antitrust). Y el Sistema regulador de la competencia desleal, que comprende un conjunto de normas destinadas a sancionar aquellas conductas que atentan contra la corrección en la realización de actividades competitivas en el mercado (legislación sobre competencia desleal). Lo que sucede en definitiva, es que la competencia es un bien que el Derecho viene a tutelar y defender desde la doble vertiente de la libertad y de la lealtad”.

9 Ley reprime todo acto o conducta de competencia desleal que tenga por efecto, real o potencial, afectar o impedir el adecuado funcionamiento del proceso competitivo.

intereses de los consumidores, los competidores y el orden público económico. En tal sentido, queda claro que el modelo peruano de la competencia desleal se enmarca dentro del modelo social de represión de la competencia desleal¹⁰, en las que las empresas del mercado buscan beneficiarse ante vacíos legales en la normativa de la industria alimentaria.

6.- Teniendo en cuenta que los términos en la denominación comercial tienen que indicar la verdadera naturaleza del producto, en caso que la industria incumpliera con ello, de existir una errada denominación comercial errada ¿Cuáles serían los efectos que causaría a la industria alimentaria?

Bien, respecto a este punto en principio debemos tener en cuenta lo señalado en art. 8 de la LRCD¹¹ Actos que afectan la transparencia del mercado:

Artículo 8.- Actos de engaño.-

8.1.- Consisten en la realización de actos que tengan como efecto, real o potencial, inducir a error a otros agentes en el mercado sobre la naturaleza, modo de fabricación o distribución, características, aptitud para el uso, calidad, cantidad, precio, condiciones de venta o adquisición y, en general, sobre los atributos, beneficios o condiciones que corresponden a los bienes, servicios, establecimientos o transacciones que el agente económico que desarrolla tales actos pone a disposición en el mercado; o, inducir a error sobre los atributos que posee dicho agente, incluido todo aquello que representa su actividad empresarial. 8.2.- Configuran actos de engaño la difusión de publicidad testimonial no sustentada en experiencias auténticas y recientes de un testigo.

8.3.- La carga de acreditar la veracidad y exactitud de las afirmaciones objetivas sobre los bienes o servicios anunciados corresponde a quien las haya comunicado en su calidad de anunciante.

8.4.- En particular, para la difusión de cualquier mensaje referido a características comprobables de un bien o un servicio anunciado, el anunciante debe contar previamente con las pruebas que sustenten la veracidad de dicho mensaje.

De lo descrito por el citado cuerpo normativo hace referencia a que, los actos de engaño son aquellos mediante los cuales se utiliza o difunde información incorrecta, falsa u omite la verdadera o realiza cualquier tipo de práctica que tenga por finalidad **inducir a error a los consumidores**, en relación a las características de los productos que comercializa en el mercado, para el caso en concreto la denominación comercial errada, engañosa o de confusión¹², ello con el fin de buscar beneficios propios, la cual debe configurarse adicionalmente como actos de competencia desleal. (El énfasis es mío).

¹⁰ Indecopi - Competencia Desleal y Regulación Publicitaria

¹¹ DECRETO LEGISLATIVO N° 1044 - Decreto Legislativo que aprueba la Ley de Represión de la Competencia Desleal

¹² Actos de Confusión Referidos en el art. 9 de la LRCD50, los Actos de Confusión son las conductas imitadoras desarrolladas por un agente, destinadas a confundir a los consumidores respecto de los productos, servicios, actividad o establecimiento de otro agente competidor, con la evidente finalidad de desviar a su favor la demanda de esta clientela como consecuencia de tal estrategia

Objetivo específico 02.- Explicar de qué manera la denominación comercial en el registro sanitario de alimentos y bebidas industrializadas se vulnera a raíz de la publicidad engañosa.

7. ¿De qué manera considera usted que la publicidad engañosa vulnera la denominación comercial en el registro sanitario?

Respecto a dicha pregunta, se debe traer a alusión lo señalado en la pregunta que antecede, en la cual se habló de lo instaurado en el marco normativo mencionado, el cual reseña que, el engaño publicitario como acto de competencia desleal se configura cuando el proveedor anunciante realiza afirmaciones objetivas falsas u omite información relevante que engaña o induce a error a los consumidores sobre las características, propiedades o atributos de los productos que comercializa en el mercado. Esto es a fin de cuentas afectar la denominación comercial, como ya lo vimos en el caso de Gloria, la cual señalaba que sus productos eran Leche Evaporada, no haciendo referencia a la verdadera naturaleza de sus productos, los cuales contenían otra composición de mezclas lácteas no respetando lo establecido en el Codex *Alimentarius*; denotándose así, una publicidad engañosa sobre el otorgamiento de un Registro Sanitario, el cual muestra claramente un fin propio y una desleal competencia frente a otros productos en el mercado.

8. Según el Decreto Legislativo 1044 “Ley de Represión de la competencia desleal” que se encarga de sancionar la publicidad engañosa considera usted que la sanción es proporcional al daño causado en la denominación comercial del registro sanitario de manera que genera publicidad engañosa ¿Por qué?

En relación a esta pregunta, es preciso entender que la presente Ley tiene como finalidad, reprimir todo acto o conducta de competencia desleal que tenga por consecuencia, real o potencial, afectar o impedir el adecuado funcionamiento del proceso competitivo¹³.

Ahora bien, respecto a ello, se habla entre otros, sobre los actos de daño en relación a los atributos, beneficios o condiciones de los productos en el mercado los cuales se establecen en síntesis sobre la denominación comercial los cuales, en mérito a lo desarrollado en la presente entrevista, llegamos a la conclusión que las mismas generan una desleal competencia. Sin embargo, yendo más afondo sobre la realidad de la misma, debería recaer más en la protección a los consumidores, aquellos que por desconocimiento de la primacía de la realidad sobre esta publicidad engañosa consumen los productos que no refleja la real naturaleza del mismo. Toda vez que, perjudica directamente al comprador final que viene a ser el principal afectado; entonces, si se habla en relación a una sanción proporcional al daño causado en la denominación comercial del registro sanitario ante una desleal competencia, debemos tener en claro factores más relevantes como los derechos vulnerados al consumidor, los cuales están expuestos derechos sobre la salud y seguridad, así como a la correcta información, los cuales de modo directo o indirecto, se incluyen bajo la aplicación de esta Ley los actos realizados a través de publicidad.

9. Teniendo en cuenta el Decreto Legislativo 1565 “Ley general de mejora de la calidad regulatoria” ¿Considera usted que se debería aplicar la simplificación administrativa al momento de evaluar las solicitudes de registro sanitario

¹³ DECRETO LEGISLATIVO Nº 1044 - Artículo 1.- Finalidad de la Ley.-

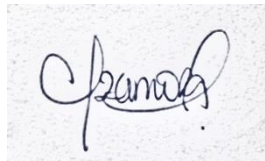
teniendo en cuenta que una errada denominación comercial genera la publicidad engañosa?

La *Ley general de mejora de la calidad regulatoria*, si bien es cierto se enmarca en promover la eficiencia, eficacia, transparencia, coherencia, neutralidad y participación de las partes interesadas, en el ejercicio de la función normativa del Estado, propiciando la competitividad y el crecimiento económico y social sostenible e inclusivo del país¹⁴, la misma que se encuentra enlazada con la eliminación de Barreras Burocráticas que, en buena cuenta es la simplificación de requisitos en los procedimientos administrativos. Lo cual estimo que, frente a la evaluación de las solicitudes de registro sanitario se debe tener en cuenta que, no se puede trasgredir principios fundamentales, los cuales garantizan la inocuidad de los alimentos; entonces, finalmente ya no estaríamos hablando sólo de la afectación de una errada denominación comercial genera la publicidad engañosa, sino de un bien superior tutelado como lo es la vida y la salud, el cual una simplificación administrativa no debería estar por encima del bienestar de las personas.

Nombre del participante: Kattuska Alzamora Rojas
--

DNI: 43395465

Numero de Colegiatura: 81675



Kattuska Alzamora Rojas

¹⁴ Decreto Legislativo 1565 - Decreto Legislativo que aprueba la Ley General de Mejora de La Calidad Regulatoria.

Anexo 03. Instrumento de recolección de datos

GUÍA DE ENTREVISTA

Título: Acuerdos Interinstitucionales en la denominación comercial y competencia de alimentos y bebidas industriales Lince, 2022.

Entrevistado: ROSANA ROSALES BASCONES

Cargo/Profesión/Grado: ABOGADA

Institución: DIGESA

Objetivo general. - Explicar de qué manera la falta de acuerdos interinstitucionales afecta la denominación comercial y competencia de alimentos y bebidas industrializadas Lince, 2022

PREGUNTAS:

1.- ¿De qué manera considera usted que la falta de acuerdos interinstitucionales entre INDECOPI y DIGESA afecta la denominación comercial?

La falta de claridad normativa genera un vacío con respecto al tema que, a la vez, trae consigo confusión entre los profesionales al momento de evaluar expedientes y solicitudes de los administrados sobre el particular. Este escenario hace necesaria la existencia de acuerdos interinstitucionales entre ambas entidades y, en tanto los mismos aún no se desarrollan, el problema sigue latente, con la consecuente realidad de tener falta de homogeneidad de criterios al momento de resolver, por ejemplo, se da con frecuencia que, ante casos similares, en algunos se resuelve otorgando o denegando el cambio o ampliación de la denominación comercial por aplicación de normas Códex y/o del Código de Protección y Defensa del Consumidor; mientras que, en otros, las referidas solicitudes, se deniegan (o se declaran improcedentes), al indicar que, el contenido de las denominaciones comerciales es competencia de INDECOPI, siendo materia de DIGESA, únicamente lo referente al nombre y la marca de los productos.

2.- ¿De qué manera considera Ud. que el establecer acuerdos interinstitucionales entre las entidades beneficia los consumidores y las empresas en lo que respecta a la competencia de alimentos y bebidas industrializadas?

La realización de acuerdos interinstitucionales sobre el particular efectivamente supondría un beneficio para los administrados, en tanto la claridad que dichos acuerdos establecerían, implicaría, por ejemplo, evitar que las empresas asuman costos innecesarios (no solo económicos, sino también de tiempo y esfuerzo), al ver denegada una solicitud por haberla presentado en una entidad que se declara no competente o, peor aún, al recibir negativa a la solicitud por parte de ambas entidades, justamente por no tener claridad sobre la aplicación normativa en el tratamiento del tema. La celeridad en la tramitación de las solicitudes también sería una consecuencia natural de estos acuerdos, así como la mayor eficiencia en la resolución de los casos por parte de los operadores, la que constituye la causa principal de la atención oportuna de las referidas solicitudes de los administrados.

3.- Al establecer un acuerdo interinstitucional entre entidades ¿De qué manera considera que debería ser el procedimiento legal de la obtención del registro sanitario?

El procedimiento administrativo de registro sanitario es de naturaleza automática, por lo cual, supone que el operador a cargo revise el cumplimiento de los requisitos establecidos en el TUPA correspondiente, los cuales, no comprenden a la denominación comercial, en tanto hacen referencia únicamente al nombre y a la marca del producto. La existencia de acuerdos interinstitucionales establecería la claridad al momento de atender solicitudes sobre denominación comercial, ya sea cruzando información con INDECOPI para consultar la autorización brindada sobre las mismas o para indicar que sobre ese tema en específico, es necesario recurrir a la entidad competente y, por lo tanto, solo las solicitudes que no involucren denominaciones comerciales corresponden ser atendidas en DIGESA.

<p>Objetivo específico 01.- Analizar de qué manera la denominación comercial implica en la leal competencia</p>
--

4. Considera que la errada denominación comercial en el registro sanitario emitido por DIGESA afecta la competencia desleal en la industria alimentaria ¿De qué manera?

Efectivamente la existencia de erradas denominaciones comerciales en el registro sanitario genera escenarios de competencia desleal en la industria alimentaria. Si la entendemos como un impedimento para que las empresas compitan en igualdad de condiciones, la falta de claridad en la atención de solicitudes sobre el particular, que genera que algunas empresas obtengan las denominaciones requeridas y otras no, en casos totalmente similares, por ejemplo, supone un desequilibrio en la igualdad a la hora de competir entre ellas en el mercado. Lo mismo sucede cuando se torga erradamente una denominación que no corresponde al producto, generando confusión en los consumidores, siendo esta confusión causa de que adquieran el producto, en desmedro de otros producidos por otras empresas, con la consecuente afectación en términos de competencia.

5.- Teniendo en cuenta que el abuso de posición de dominio sucede cuando una o más empresas actúan de manera indebida, con el fin de obtener beneficios y causar perjuicios a otros en base un monopolio ¿Considera usted que existe un vacío legal en el sector alimentario, de manera que se genera competencia desleal en el mercado y con ello un abuso de posición de dominio?

Como mencioné en la respuesta anterior, los vacíos normativos que existen en cuanto al caso de la denominación comercial, los mismos que generan la falta de homogeneidad de criterios entre los operadores para atender las solicitudes de los administrados, pueden causar escenarios de competencia desleal; y, por tanto, en algunos supuestos que se dé un abuso de posición de dominio en el mercado. Esto ha sido evidente, por ejemplo, en el sector de productos lácteos en el que las denominaciones comerciales juegan un rol importante al momento en que los consumidores deciden qué producto elegir dentro de toda la gama que se ofrece en el mercado.

6.- Teniendo en cuenta que los términos en la denominación comercial tienen que indicar la verdadera naturaleza del producto, en caso que la industria incumpliera con ello ¿Qué medidas considera usted que se debería implementar con la finalidad de generar una leal competencia en el mercado de alimentos y bebidas industrializadas?

Además de la debida acuciosidad de los operadores al momento de autorizar las denominaciones comerciales, es conveniente contar con un marco normativo que establezca sanciones y medidas correctivas que, de manera proporcional a la gravedad de la infracción y al daño causado, se apliquen a las empresas que incurran en prácticas desleales, las mismas que pueden ser no solo de corte monetario, sino también suspensión, clausura, etcétera. Este tipo de medidas cumplirían la función de desincentivar la competencia desleal en el mercado, orientando a las empresas a mantener un comportamiento adecuado en su desempeño comercial.

<p>Objetivo específico 02.- Explicar de qué manera la denominación comercial en el registro sanitario de alimentos y bebidas industrializadas se vulnera a raíz de la publicidad engañosa.</p>

7. ¿De qué manera considera usted que la publicidad engañosa vulnera la denominación comercial en el registro sanitario?

Es evidente que la publicidad constituye un recurso muy importante que tienen las empresas para lograr sus objetivos en el mercado y, en aquellos casos donde se valen de dicho recurso para inducir a engaño al consumidor, a efectos de aumentar sus ventas, afectan la denominación comercial en el registro sanitario, en tanto, les atribuyen a los productos características o propiedades que no tienen y que, por tanto, no se condicen con la o las denominaciones autorizadas. Es de esta manera que la publicidad engañosa puede vulnerar la denominación comercial en el registro sanitario, afectando a los consumidores, pero también a los demás competidores en el mercado, al atribuirse ventajas falsas de manera indebida.

8. Según el Decreto Legislativo 1044 “Ley de Represión de la competencia desleal” que se encarga de sancionar la publicidad engañosa considera usted que la sanción es proporcional al daño causado en la denominación comercial del registro sanitario de manera que genera publicidad engañosa ¿Por qué?

Revisando la norma, advierto que el procedimiento sancionador está detallado de manera que permite al operador aplicar las sanciones a los infractores, considerando el beneficio ilícito obtenido, el alcance del acto de competencia desleal, entre otros criterios; esto, sumado a la posibilidad de aplicación de medidas cautelares y de medidas correctivas. Por tanto, considero que la norma sí permite sancionar de manera proporcional en casos de publicidad engañosa que vulneren la denominación comercial del registro sanitario.

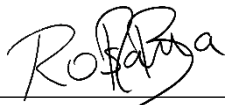
9. Teniendo en cuenta el Decreto Legislativo 1565 “Ley general de mejora de la calidad regulatoria” ¿Considera usted que se debería aplicar la simplificación administrativa al momento de evaluar las solicitudes de registro sanitario teniendo en cuenta que una errada denominación comercial genera la publicidad engañosa?

Considero que la aplicación de la simplificación administrativa es determinante, a efectos de celeridad y eficiencia, al momento de tramitar las solicitudes de los administrados, especialmente en los procedimientos de evaluación automática, que es el caso del procedimiento de registro sanitario; sin embargo, como hemos señalado, en el caso particular de las denominaciones comerciales, está presente la posibilidad de que se genere publicidad engañosa a partir del otorgamiento de una denominación comercial errada; por tanto, pienso que es necesario el cruce de información con INDECOPI (por eso la necesidad de los acuerdos interinstitucionales) y la revisión de las solicitudes teniendo en cuenta el referido riesgo, todo esto con la acuciosidad que el cumplimiento de plazos permita, a fin de evitar desnaturalizar los productos a través de la aceptación de denominaciones que no corresponden.

Nombre del participante: Rosana Rosales Bascones
--

DNI: 42754835

Numero de Colegiatura: 69047



Firma

Anexo 03. Instrumento de recolección de datos

GUÍA DE ENTREVISTA

Título: Acuerdos Interinstitucionales en la denominación comercial y competencia de alimentos y bebidas industriales Lince, 2022.

Entrevistado: Carlos Francisco Sánchez Blass

Cargo/Profesión/Grado: Jefe de Equipo

Institución: Digesa

Objetivo general. - Explicar de qué manera la falta de acuerdos interinstitucionales afecta la denominación comercial y competencia de alimentos y bebidas industrializadas Lince, 2022

PREGUNTAS:

1.- ¿De qué manera considera usted que la falta de acuerdos interinstitucionales entre indecopi y digesa afecta la denominación del producto?

Considero que no se debe realizar algún acuerdo entre entidades, partiendo de que Digesa se encarga de velar porque el producto no cause daño a la salud de las personas y no en el rotulado. En el mismo tenor, se tiene que tener en cuenta que el registrar el nombre comercial del producto tiene una duración de 180 días hábiles por instancia (por etapas, publicación, oposición entre otros) y el registro sanitario en 07 días hábiles. Entonces imponer que primero se registre el nombre comercial para la obtención del registro sanitario sería una barrera burocrática.

2.- ¿De qué manera considera Ud. que el establecer acuerdos interinstitucionales entre las entidades beneficia los consumidores y las empresas en lo que respecta a la competencia de alimentos y bebidas industrializadas?

Considero que no se va a beneficiar el administrado en ningún aspecto debido a que solo generará retrasos en la obtención del registro sanitario, de modo que el plazo se ampliará.

3.- Al establecer un acuerdo interinstitucional entre entidades ¿De qué manera considera que debería ser el procedimiento legal de la obtención del registro sanitario?

Considero que se le debería brindar capacitaciones a Digesa, de modo que tenga en cuenta los términos que inducen a error a los consumidores, a fin de tener como referente las capacitaciones. Asimismo, el administrado debe ser diligente al momento de solicitar la denominación de su producto, de modo que tenga en cuenta que Indecopi en una fiscalización posterior le puede imponer una multa si el producto genera actos de engaño o de confusión.

<p><u>Objetivo específico 01.-</u> Analizar de qué manera la denominación comercial afecta en la leal competencia</p>
--

4. Considera que la errada denominación comercial en el registro sanitario emitido por Digesa afecta la leal competencia en la industria alimentaria ¿De qué manera?

Considero que la leal competencia se ve afectada por los administrados, debido que con el propósito de captar más clientes o población hacen uso de términos erróneos o al comercializar productos alimenticios como suplementos a menos precio de modo que no cumple con los estándares de calidad.

Adiciona que se los términos que se le brinda al producto afectan la leal competencia, de modo que inducen a error al consumidor y no guardan relación con la asimetría a la información, por ello es un consumidor que no tiene total conocimiento del producto.

5.- Teniendo en cuenta que el abuso de posición de dominio sucede cuando una o más empresas actúan de manera indebida, con el fin de obtener beneficios y causar perjuicios a otros en base un monopolio ¿Considera usted que existe un vacío legal en el sector alimentario, de manera que se genera competencia desleal en el mercado y con ello un abuso de posición de dominio?

Si considero que nuestra legislación alimentaria se encuentra debilitada, en tal sentido es factor para que se generen vulneraciones hacia los consumidores y con ello pueda ser que se genere una competencia desleal al no tener claro los términos alimenticios.

En cuanto al abuso de posición, se suscita cuando a una empresa Indecopi siendo el ente rector de sancionar la publicidad engañosa o competencia desleal sanciona a la empresa, mientras que otra que comete la misma infracción no es sancionada o entre empresas ponen en evidencia la infracción para tener un mayor alcance en el mercado

6.- Teniendo en cuenta que los términos en la denominación comercial tienen que indicar la verdadera naturaleza del producto, en caso que la industria incumpliera con ello, de existir una errada denominación comercial errada ¿Cuáles serían los efectos que causaría a la industria alimentaria?

Al respecto, sería un conflicto entre empresas, de modo que las empresas siempre compiten entre ellas, con la finalidad de adquirir mas clientes y ventas. Además, uno de los efectos más nocivos que podría causar es la afectación a la salud de los consumidores, puesto que muchos de los consumidores sufren de alergias a los alimentos y al momento de ingerir estos alimentos sin señalar su composición podría conllevar a la muerte al consumidor.

Objetivo específico 02.- Explicar de qué manera la denominación comercial en el registro sanitario de alimentos y bebidas industrializadas se vulnera a raíz de la publicidad engañosa.

7. ¿De qué manera considera usted que la publicidad engañosa vulnera la denominación comercial en el registro sanitario?

Considero que no es un tema de entidades, sino que el administrado realiza actos de engaño o confusión de manera que es ahí donde se genera la publicidad engañosa. Se debe tener en cuenta que Digesa solo se encarga de brindar la inocuidad del producto, más no de los términos a usar, aunque puede ser que se le brinde dicha competencia, a fin de erradicar con dicho vacío.

8. Según el Decreto Legislativo 1044 “Ley de Represión de la competencia desleal” que se encarga de sancionar la publicidad engañosa considera usted que la sanción es proporcional al daño causado en la denominación comercial del registro sanitario de manera que genera publicidad engañosa ¿Por qué?

Considero que, si es proporcional, debido que repara el daño causado y a su vez se le pone una sanción como medida correctiva, a fin de que no se pueda volver a repetir un daño como tal.

9. En lo que respecta al Decreto Legislativo 1565 “Ley general de mejora de la calidad regulatoria” ¿Considera usted que se debería aplicar la simplificación administrativa al momento de evaluar las solicitudes de registro sanitario teniendo en cuenta que una errada denominación comercial genera la publicidad engañosa?

Es de precisar que, la simplificación administrativa se debe aplicar a fin de no generar sobre costos a los administrados y con la finalidad de eliminar las barreras burocráticas, es por ello que no se debería sobre ponderar criterios, debido a que esta de por medio la salud y vida de quién adquiere el producto.

Nombre del participante: Carlos Sánchez Blass
DNI: 43942676
Numero de Colegiatura:

Firma

Anexo 03. Instrumento de recolección de datos

GUÍA DE ENTREVISTA

Título: Acuerdos Interinstitucionales en la denominación comercial y competencia de alimentos y bebidas industriales Lince, 2022.

Entrevistado: Cesar Humberto Rivera Tuppia

Cargo/Profesión/Grado: Evaluador de alimentos / Ingeniero Alimentario

Institución: DIGESA

Objetivo general. - Explicar de qué manera la falta de acuerdos interinstitucionales afecta la denominación comercial y competencia de alimentos y bebidas industrializadas Lince, 2022

PREGUNTAS:

1.- ¿De qué manera considera usted que la falta de acuerdos interinstitucionales entre indecopi y digesa afecta la denominación del producto?

Considero que se debería realizar un acuerdo, con la finalidad de salvaguardar el derecho de los consumidores y pérdidas económicas de los empresarios, debido a que la denominación comercial se encuentra inmersa dentro de la propiedad intelectual, sin embargo de la denominación del producto no cuenta con una legislación como tal y solo es fiscalizada por INDECOPi cuando esta incurre en actos de engaño o confusión, entonces considero que se debería implementar alguna alianza entre ambas entidades.

Además, Indecopi al emitir pronunciamientos trascendentales debería compartirlas con el portal de Digesa acerca de temas específicos como son los alimentos y bebidas industrializadas. Debido a que cuando una empresa solicita su registro sanitario mediante el TUPA N° 30 de Digesa y esta entidad le observa el nombre del producto porque induce a error al consumidor, la empresa se rehusa a cambiar el nombre comercial, entonces se le deniega el registro sanitario y la empresa apela alegando que Digesa no es la entidad encargada de evaluar los nombres del producto sino de Indecopi, entonces es en ese tenor que no es posible denegarle el registro sanitario e incluso alegan que Digesa no está colaborando con la libre competencia y no fomenta la promoción de pequeñas empresas.

Cabe precisar que el CODEX indica que las empresas pueden brindar nombres de fantasía por ello DIGESA no se puede cerrar con el nombre, sin embargo, ello no es razón para que la denominación induzca a error, por el principio buena fe del administrado de se le otorga el registro sanitario, a fin de no invadir las competencias.

2.- ¿De qué manera considera Ud. que el establecer acuerdos interinstitucionales entre las entidades beneficia los consumidores y las empresas en lo que respecta a la competencia de alimentos y bebidas industrializadas?

Sería un impacto positivo, debido a que las sanciones por actos de engaño o actos de confusión disminuirían y con ello los documentos resolutivos o registro sanitarios no tendría observaciones y no se le impondría multas, por añadidura los registros sanitarios informarían de forma veraz a los consumidores cumpliendo con el principio de asimetría de la información.

3.- Al establecer un acuerdo interinstitucional entre entidades ¿De qué manera considera que debería ser el procedimiento legal de la obtención del registro sanitario?

Considero que se debería modificar el procedimiento N° 30 del Texto Único del Procedimiento Administrativo del MINSa, el cual regula los procedimientos de DIGESA, debido a que debería agregarse un nuevo ítem en el que indique que antes de solicitar su registro sanitario debe haber una aprobación del nombre comercial o también podría indicar que se solicite una declaración jurada del nombre del producto para que mientras que se evalúa si el producto es inocuo se vaya tramitando su nombre del producto para que INDECOPI lo apruebe.

Objetivo específico 01.- Analizar de qué manera la denominación comercial implica en la leal competencia

4. Considera que la errada denominación comercial en el registro sanitario emitido por Digesa afecta la leal competencia en la industria alimentaria ¿De qué manera?

Claro, de manera que cuando hay un nombre que no lo utilizan con fines competitivos genera una ventaja para las otras empresas, como mencionaba anteriormente con los nombres de fantasía, puesto que el CODEX indica que se puede hacer uso de estos nombres cuando se utilice otra denominación que logre distinguir el producto, pero muchas empresas hacen caso omiso a ello, poniendo en desventaja a los consumidores que si cumple con lo estipulado en el estamento antes mencionado. Incluso algunas marcas generan una competencia desleal debido a que el nombre de la marca es Orgánico, cuando dicha marca expide productos altos en grasas trans o grasas saturadas.

5.- Teniendo en cuenta que el abuso de posición de dominio sucede cuando una o más empresas actúan de manera indebida, con el fin de obtener beneficios y causar perjuicios a otros en base un monopolio ¿Considera usted que existe un vacío legal en el sector alimentario, de manera que se genera competencia desleal en el mercado y con ello un abuso de posición de dominio?

Definitivamente el no tener claro los normativos técnicos genera competencia desleal ya que el profesional autorizado de la evaluación del producto autoriza el producto a su criterio, según su experiencia en el campo, mientras que otro evaluador con mayor experiencia le deniega el producto.

Cabe señalar que, conforme pasan los años las normativas se han ido actualizando e incluso innovando en temas que no tenía regulación como es el caso de las bebidas energizantes gasificadas, que contienen L- Carnitina anteriormente se les ha otorgado registro sanitario sin tener base legal sobre ello, puesto que el CODEX no hace referencia a ese componente.

6.- Teniendo en cuenta que los términos en la denominación comercial tienen que indicar la verdadera naturaleza del producto, en caso que la industria incumpliera con ello, de existir una errada denominación comercial errada ¿Cuáles serían los efectos que causaría a la industria alimentaria?

Podría causar perjuicios en la salud de los consumidores puesto que los empresarios obtienen una ventaja en el mercado con su denominación errada al utilizar términos que llamen la atención del consumidor, como fue el reciente caso de productos lácteos que denominaban leche cuando no guardaba relación con el Decreto Supremo 004-2022 MIDRAGRI.

Objetivo específico 02.- Explicar de qué manera la denominación comercial en el registro sanitario de alimentos y bebidas industrializadas se vulnera a raíz de la publicidad engañosa.

7. ¿De qué manera considera usted que la publicidad engañosa vulnera la denominación comercial en el registro sanitario?

Al respecto, INDECOPI es la entidad encargada de fiscalizar la publicidad engañosa que no solamente puede ser reflejada en la denominación de los productos sino también en sus publicidades. Asimismo, Digesa le realiza la observación de la denominación del producto al administrado este acepta en cambiarlo, sin embargo una vez otorgado el registro el administrado utiliza otra denominación o a su vez utiliza su registro sanitario para todos sus variedades de productos.

8. Según el Decreto Legislativo 1044 “Ley de Represión de la competencia desleal” que se encarga de sancionar la publicidad engañosa considera usted que la sanción es proporcional al daño causado en la denominación comercial del registro sanitario de manera que genera publicidad engañosa ¿Por qué?

En lo que respecta las sanciones que establece el INDECOPI considero que se debería implementar sanciones más drásticas debido a que no solo genera inducir a error al consumidor al momento de seleccionar un producto sino que también repercute en su salud, debido a que las sanciones que emite INDECOPI es mediante un procedimiento ex post, es decir el producto ya esta siendo comercializado y cuando se le impone la medida correctiva a la empresa como el comiso o destrucción de sus productos ya se cometió daños a la salud del consumidor que obtuvo el producto antes.

9. Teniendo en cuenta el Decreto Legislativo 1565 “Ley general de mejora de la calidad regulatoria” ¿Considera usted que se debería aplicar la simplificación administrativa al momento de evaluar las solicitudes de registro sanitario teniendo en cuenta que una errada denominación comercial genera la publicidad engañosa?

Actualmente el procedimiento de obtención del registro sanitario es automático que el administrado cumpla los requisitos y se aprueba si es que cumple con todo lo estipulado o de lo contrario se deniega, al simplificar el procedimiento seria mas que todo en la denominación del producto que haya una pre aprobación del nombre del producto el cual saldrá al mercado y que este no genere actos de engaño en los consumidores.

Nombre del participante: Cesar Humberto Rivera Tuppia
DNI:
Numero de Colegiatura: CIP -118732

Firma

Anexo 03. Instrumento de recolección de datos

GUÍA DE ENTREVISTA

Título: Acuerdos Interinstitucionales en la denominación comercial y competencia de alimentos y bebidas industriales Lince, 2022.

Entrevistado: ROGGER JOAQUIN BARRIOS CABALLERO

Cargo/Profesión/Grado: ING. AGROINDUSTRIAL

Institución: DIGESA

Objetivo general. - Explicar de qué manera la falta de acuerdos interinstitucionales afecta la denominación comercial y competencia de alimentos y bebidas industrializadas Lince, 2022

PREGUNTAS:

1.- ¿De qué manera considera usted que la falta de acuerdos interinstitucionales entre indecopi y digesa afecta la denominación comercial?

La falta de delimitación de competencias, pone en el limbo las denominaciones comerciales de los alimentos que se comercializan en el país, lo que hace que muchas empresas se aprovechen del vacío legal y comercialicen alimentos con denominaciones que distorsionan la verdadera naturaleza de un alimento, adjudicando muchas veces, características que no tienen.

2.- ¿De qué manera considera Ud. que el establecer acuerdos interinstitucionales entre las entidades beneficia los consumidores y las empresas en lo que respecta a la competencia de alimentos y bebidas industrializadas?

Los acuerdos entre entidades, facilitarían el comercio justo, desde una mirada enfocada en el consumidor.

3.- Al establecer un acuerdo interinstitucional entre entidades ¿De qué manera considera que debería ser el procedimiento legal de la obtención del registro sanitario?

Debería ser previa inspección de establecimiento, y estableciendo diferencias en cuanto al número de trabajadores de la empresa. No se puede comparar una empresa comunal, con una micro empresa, mediana empresa o gran empresa. Las realidades son disimiles entre ellos.

Objetivo específico 01.- Analizar de qué manera la denominación comercial afecta en la leal competencia

4. Considera que la errada denominación comercial en el registro sanitario emitido por Digesa afecta la leal competencia en la industria alimentaria ¿De qué manera?

Si afecta considerablemente, ya que, casi siempre el consumidor guía su deseo de adquisición de un alimento, respecto a su presentación y configuración final de la denominación comercial, por ejemplo: Cuando adquiero un PAN DE MOLDE con la denominación complementaria de "INTEGRAL", el consumidor entiende que dicho producto, cuenta con una característica no convencional, asociando su consumo a la adquisición de beneficios a su salud. Sin embargo, se ha visto que muchas empresas, hacen uso de esta denominación para sacar ventaja, no contando su producto con el ingrediente que le da dicha característica.

5.- Teniendo en cuenta que el abuso de posición de dominio sucede cuando una o más empresas actúan de manera indebida, con el fin de obtener beneficios y causar perjuicios a otros en base un monopolio ¿Considera usted que existe un vacío legal en el sector alimentario, de manera que se genera competencia desleal en el mercado y con ello un abuso de posición de dominio?

Existen en varios aspectos vacíos legales que vulneran la fabricación de alimentos, que genera discrecionalidad respecto a un determinado tema. El caso de las leches fermentadas, por ejemplo, el CODEX ALIMENTARIUS, restringe el uso de los conservantes en productos como el YOGURT, ya que al contener microorganismos viables (vivos), requieren de condiciones de almacenamiento especiales (cadena de frío), con periodos de vida útil o en anaquel cortísimos, sin embargo, DIGESA, no establece restricciones respecto a la declaración del tiempo de vida útil para cualquier producto, lo que hace que la empresa, declare muchas veces, periodos de vida útil, demasiados largos, en este tipo de productos. Otro ejemplo claro, respecto a los periodos de vida útil, se da en las bebidas alcohólicas envasadas en materiales de plásticos (por ejemplo, el PET), ya que cuando el grado alcohólico es muy elevado, la migración de monómeros al producto, es un riesgo a la salud de los consumidores, dicho aspecto, tampoco se encuentra regulado.

6.- Teniendo en cuenta que los términos en la denominación comercial tienen que indicar la verdadera naturaleza del producto, en caso que la industria incumpliera con ello, de existir una errada denominación comercial errada ¿Cuáles serían los efectos que causaría a la industria alimentaria?

Se generaría confusión, además del no cumplimiento de las normas específicas para alimentos representativos, como es el caso, por Ejemplo, del CHOCOLATE, que es uno de los alimentos mas consumidos a nivel mundial; en el mercado existen productos con la denominación de SABOR CHOCOLATE, teniendo poco o nada de CACAO, sin embargo, al ser un SUCEDANEO (imitación del chocolate), el consumidor piensa que está consumiendo chocolate. Como país, es necesario tomar posición, y no asentir cabizbajos el uso de normas internacionales hechas en países con una realidad, no necesariamente similar al nuestro.

Objetivo específico 02.- Explicar de qué manera la denominación comercial en el registro sanitario de alimentos y bebidas industrializadas se vulnera a raíz de la publicidad engañosa.

7. ¿De qué manera considera usted que la publicidad engañosa vulnera la denominación comercial en el registro sanitario?

Se debe regular el uso de las etiquetas y el tamaño de letra del nombre del producto y la denominación comercial, dejando en segundo plano a este último, debido a que su regulación de ello ya se encarga Indecopi, mientras que no hay una entidad que se encargue de la regulación del nombre del producto.

8. Según el Decreto Legislativo 1044 “Ley de Represión de la competencia desleal” que se encarga de sancionar la publicidad engañosa considera usted que la sanción es proporcional al daño causado en la denominación comercial del registro sanitario de manera que genera publicidad engañosa ¿Por qué?

Considero que las sanciones, deben ser proporcionales tomando en cuenta la intencionalidad, porque, valga la redundancia, genera confusión respecto a la atribución que le confiere la denominación comercial que a la denominación al producto. Además, dicho termino erróneo repercute en la salud del consumidor, ya que estamos tocando un tema relacionado a los alimentos o bebidas, a diferencia de otros productos donde su regulación no es tan rigurosa como esta.

9. Teniendo en cuenta el Decreto Legislativo 1565 “Ley general de mejora de la calidad regulatoria” ¿Considera usted que se debería aplicar la simplificación administrativa al momento de evaluar las solicitudes de registro sanitario teniendo en cuenta que una errada denominación comercial genera la publicidad engañosa?

No, considero que se deben incluir mayores filtros, y regular además el tamaño del nombre del producto durante el etiquetado, dejando en segundo plano, las denominaciones comerciales, a fin de evitar la publicidad engañosa.

Nombre del participante: ROGGER JOAQUIN BARRIOS CABALLERO

DNI: 43985209

Numero de Colegiatura: 172812

Firma

Anexo 03. Instrumento de recolección de datos

GUÍA DE ENTREVISTA

Título: Acuerdos Interinstitucionales en la denominación comercial y competencia de alimentos y bebidas industriales Lince, 2022.

Entrevistado: HERIBER JESUS VIDAL DIESTRA.

Cargo/Profesión/Grado: ABOGADO / ABOGADO / TITULADO

Institución: DIRECCION GENERAL DE SALUD AMBIENTAL E INOCUIDAD ALIMENTARIA - DIGESA

Objetivo general. - Explicar de qué manera la falta de acuerdos interinstitucionales afecta la denominación comercial y competencia de alimentos y bebidas industrializadas Lince, 2022

PREGUNTAS:

1.- ¿De qué manera considera usted que la falta de acuerdos interinstitucionales entre indecopi y digesa afecta la denominación comercial?

Considero que es un problema significativo la falta de acuerdos interinstitucionales entre ambas instituciones; toda vez que, de acuerdo a las funciones que realiza cada entidad, en algún momento podrían entrar en conflicto lo que conllevaría en el peor de los casos en un detrimento de los derechos de los administrados.

Ahora bien, cabe señalar que, para el caso en concreto de acuerdo a la normativa sanitaria en materia de alimentos, si bien las empresas declaran ante la DIGESA su denominación comercial, la DIGESA no tiene competencia para su aprobación, lo que no es óbice para que existan acuerdos entre ambas instituciones. para el intercambio de información que permita conocer más allá de lo contenido en los documentos resolutivos.

Lo antes señalado, se encuentra relacionado con la función de fiscalización y otras relacionadas que realiza INDECOPI; puesto que, en diversas ocasiones viene cuestionando lo resuelto por DIGESA en cuanto a la denominación comercial; en tanto, desde el punto de vista de esta última entidad la denominación comercial no refleja la naturaleza del alimento aprobado por DIGESA.

Es por ello, considero que, si resulta necesario que exista acuerdos interinstitucionales entre ambas instituciones, a fin intercambiar información que permita conocer más allá de lo contenido en los documentos resolutivos y de esa manera evitar conflicto de competencia y sobre todo menoscabar derechos de los administrados.

2.- ¿De qué manera considera Ud. que el establecer acuerdos interinstitucionales entre las entidades beneficia los consumidores y las empresas en lo que respecta a la competencia de alimentos y bebidas industrializadas?

Establecer acuerdos interinstitucionales tiene la finalidad de mejorar los servicios, procesos o funciones que brindan las entidades públicas a los administrados; asimismo,

fortalece y optimiza sus procedimientos con el objetivo de elevar la calidad de los mismos.

En ese sentido, estando a que la DIGESA tiene la competencia para otorgar registro sanitario de alimentos y bebidas industrializadas, sería de mucha ayuda para los servidores y/o funcionarios que atienden estos procedimientos si es que existieran acuerdos con otras instituciones, a fin de facilitar la evaluación y como lo he mencionado elevar la calidad de los servicios que se ofrecen, garantizando los derechos de los administrados.

3.- Al establecer un acuerdo interinstitucional entre entidades ¿De qué manera considera que debería ser el procedimiento legal de la obtención del registro sanitario?

Considero que debería ser el mismo; puesto que, el procedimiento de obtención del registro sanitario no se está cuestionando; lo que si se debería hacer es establecer acuerdos interinstitucionales de intercambio de información rápida y/o canales de consulta en tiempo real, a efectos emitir los documentos resolutivos en un plazo más célere, evitando afectar los derechos de los administrados en ninguna fase del referido procedimiento.

<p>Objetivo específico 01.- Analizar de qué manera la denominación comercial implica en la leal competencia</p>
--

4. Considera que la errada denominación comercial en el registro sanitario emitido por Digesa afecta la leal competencia en la industria alimentaria ¿De qué manera?

Como se ha mencionado en la pregunta N.º 1, la DIGESA no tiene competencia para aprobar la denominación comercial; sin embargo, al aprobarse un registro sanitario donde exista alguna incongruencia con la denominación comercial si afectaría la leal competencia; en tanto, el producto al salir al mercado con una denominación comercial que no refleja su verdadera naturaleza, generaría un beneficio indebido para el titular del registro obtenido en base a un error de la evaluación de la administración; toda vez que, se vulnera la libre competencia que resguarda el interés público.

5.- Teniendo en cuenta que el abuso de posición de dominio sucede cuando una o más empresas actúan de manera indebida, con el fin de obtener beneficios y causar perjuicios a otros en base un monopolio ¿Considera usted que existe un vacío legal en el sector alimentario, de manera que se genera competencia desleal en el mercado y con ello un abuso de posición de dominio?

Considero que si existen empresas que actúan de manera indebida con el fin de obtener beneficios amparándose en los diferentes vacíos legales en el sector alimentario. No es una novedad que el marco normativo en este sector se encuentra debilitado, generando diversos problemas para los diversos agentes económicos, empezando por los consumidores y empresas que serían los principales afectados. No obstante, también existen empresas que valiéndose de la falta de regulación se aprovechan para obtener ciertas prerrogativas que por desconocimiento otras empresas desconocen lo que vienen siendo practicas que afectan directamente al resto de empresas competidoras en el sector.

6.- Teniendo en cuenta que los términos en la denominación comercial tienen que indicar la verdadera naturaleza del producto, en caso que la industria incumpliera

con ello, de existir una errada denominación comercial errada ¿Cuáles serían los efectos que causaría a la industria alimentaria?

En principio, cabe señalar que tales sucesos descritos en la pregunta, a mi parecer resultaría muy difícil que se puedan materializar; en tanto, la DIGESA como autoridad sanitaria en materia alimentaria (alimentos y bebidas industrializados) en la evaluación de solicitudes verifica que el producto a inscribir, en cuanto al nombre se vea reflejado la verdadera naturaleza del producto; sin embargo, si se da la situación planteada los efectos serían muy peligrosos; toda vez que, no se estaría consumiendo el mismo producto que se señala en la etiqueta, en tanto difiere de su composición, evidentemente se pondría en riesgo la salud de las personas; asimismo, se vulneraría el derecho de los consumidores al no saber que es lo que realmente se ha permitido comercializar.

<p>Objetivo específico 02.- Explicar de qué manera la denominación comercial en el registro sanitario de alimentos y bebidas industrializadas se vulnera a raíz de la publicidad engañosa.</p>

7. ¿De qué manera considera usted que la publicidad engañosa vulnera la denominación comercial en el registro sanitario?

Entendiendo que la publicidad engañosa es aquella que de cualquier manera induzca o pueda inducir a error a los consumidores respecto al origen de un producto o su naturaleza, modo de fabricación o distribución de un producto, podemos afirmar que al producirse la publicidad engañosa más allá de afectar la denominación comercial se estaría afectando directamente a los derechos de los consumidores de saber que es lo que realmente se está consumiendo. Ahora bien, de manera indirecta si se vería afectada la denominación comercial de un producto puesto que se pondría en duda la evaluación realizada por la autoridad sanitaria que es la garantía que tiene todo alimento industrializado que cuenta con registro sanitario.

8. Según el Decreto Legislativo 1044 “Ley de Represión de la competencia desleal” que se encarga de sancionar la publicidad engañosa considera usted que la sanción es proporcional al daño causado en la denominación comercial del registro sanitario de manera que genera publicidad engañosa ¿Por qué?

Como mencione en la respuesta de la pregunta que antecede, antes de causar un daño a la denominación comercial, a mi parecer se afectan otros derechos más importantes; sin embargo, considero que la represión en ningún aspecto sería la solución a la problemática sino se debería reforzar la prevención respecto a la actividad en que se ven involucrados todos los actores. Ahora bien, si se tendría que sancionar al que infringe la referida norma, a mi parecer más allá de las sanciones económicas se debería cancelar el registro sanitario e imposibilitar a la empresa sancionada volver a tener un registro; toda vez que, se ven afectados derechos muy sensibles como la vida, salud de las personas.

9. Teniendo en cuenta el Decreto Legislativo 1565 “Ley general de mejora de la calidad regulatoria” ¿Considera usted que se debería aplicar la simplificación administrativa al momento de evaluar las solicitudes de registro sanitario teniendo en cuenta que una errada denominación comercial genera la publicidad engañosa?

Considero que no se debería aplicar la simplificación administrativa para estos casos en tanto si realizamos una ponderación de bienes jurídicos tutelados tenemos que las eliminación de barreras burocráticas (simplificación de requisitos en los procedimientos

administrativos) no podría estar por encima del derecho a la salud y vida de las personas; por lo que, al contrario la evaluación realizada por la autoridad sanitaria debería ser reforzada y analizada con más detalle e involucrar a otras entidades a fin de tener emitir registros sanitarios que garanticen la inocuidad de los alimentos, que la denominación refleje la verdadera naturaleza del producto a inscribir y finalmente que se garantice la salud de las personas.

Nombre del participante: HERIBER JESUS VIDAL DIESTRA
--

DNI: 45887386

Numero de Colegiatura: 65501



Heriber J. Vidal Diestra

Anexo 03. Instrumento de recolección de datos

GUÍA DE ENTREVISTA

Título: Acuerdos Interinstitucionales en la denominación comercial y competencia de alimentos y bebidas industriales Lince, 2023.

Entrevistado: JOAN MANUEL ONTANEDA DORA

Cargo/Profesión/Grado: ABOGADO/ MAGISTER

Institución: DIGESA

Objetivo general. - Explicar de qué manera la falta de acuerdos interinstitucionales afecta la denominación comercial y competencia de alimentos y bebidas industrializadas Lince, 2023

PREGUNTAS:

1.- ¿De qué manera considera usted que la falta de acuerdos interinstitucionales entre indecopi y DIGESA afecta la denominación comercial?

Al no existir un acuerdo interinstitucional entre DIGESA e Indecopi se estaría generando un conflicto de competencias respecto de quien es la autoridad encargada de otorgar y fiscalizar el cumplimiento de la normativa relacionada a la denominación comercial.

2.- ¿De qué manera considera Ud. que el establecer acuerdos interinstitucionales entre las entidades beneficia los consumidores y las empresas en lo que respecta a la competencia de alimentos y bebidas industrializadas?

Al respecto, dichos acuerdos beneficiarían de manera directa a las empresas, en tanto, estas estarían sujetos a la autorización y fiscalización de 1 sola autoridad quien actuaría en el marco de sus competencias. Por otro lado, los consumidores se verían beneficiados de manera directa porque 1 sola autoridad sería la encargada de velar por el cumplimiento de la normatividad en materia de la denominación comercial, por tanto, se evitaría una doble interpretación en las referidas autorizaciones, en tanto, no se colocaría en el mercado un producto con 1 denominación que no le corresponda.

3.- Al establecer un acuerdo interinstitucional entre entidades ¿De qué manera considera que debería ser el procedimiento legal de la obtención del registro sanitario?

El procedimiento de otorgamiento de registro sanitario debería de ser sujeto a evaluación previa, en tanto, el bien jurídico que busca tutelarse es la salud pública, sin perjuicio que, sea otra entidad la competente en el otorgamiento de denominaciones comerciales.

Objetivo específico 01.- Analizar de qué manera la denominación comercial implica en la leal competencia

4. Considera que la errada denominación comercial en el registro sanitario emitido por DIGESA afecta la leal competencia en la industria alimentaria ¿De qué manera?

Considero que, no se afectaría la libre competencia, en tanto, la autoridad competente, es decir, el Indecopi, haciendo uso de sus competencias y atribuciones sería la encargada de realizar una fiscalización final en el mercado.

5.- Teniendo en cuenta que el abuso de posición de dominio sucede cuando una o más empresas actúan de manera indebida, con el fin de obtener beneficios y causar perjuicios a otros en base un monopolio ¿Considera usted que existe un vacío legal en el sector alimentario, de manera que se genera competencia desleal en el mercado y con ello un abuso de posición de dominio?

Considero que no existe un vacío legal, en tanto, la DIGESA en el marco de sus competencias es la encargada de otorgar registros sanitarios, entre otros, y a través de sus direcciones fiscaliza y vigila que las empresas cumplan con la normativa sanitaria correspondiente. Para efectos del presente caso, la responsabilidad de evitar que se presenten abusos de posición de dominio en el mercado recae en Indecopi.

6.- Teniendo en cuenta que los términos en la denominación comercial tienen que indicar la verdadera naturaleza del producto, en caso que la industria incumpliera con ello, de existir una errada denominación comercial errada ¿Cuáles serían los efectos que causaría a la industria alimentaria?

Los efectos que se producirían al interior del mercado serían los de una publicidad engañosa en tanto, los consumidores estarían adquiriendo un producto cuyas características no se ajustan a su verdadera naturaleza porque su denominación comercial no sea ajusta a la realidad.

<p>Objetivo específico 02.- Explicar de qué manera la denominación comercial en el registro sanitario de alimentos y bebidas industrializadas se vulnera a raíz de la publicidad engañosa.</p>

7. ¿De qué manera considera usted que la publicidad engañosa vulnera la denominación comercial en el registro sanitario?

La vulneración se da principalmente porque se están colocando en el mercado productos cuyas características no sean ajustan a la verdadera naturaleza del producto, esto, trae consigo un beneficio ilícito de las empresas respecto de sus competidores.

8. Según el Decreto Legislativo 1044 “Ley de Represión de la competencia desleal” que se encarga de sancionar la publicidad engañosa considera usted que la sanción es proporcional al daño causado en la denominación comercial del registro sanitario de manera que genera publicidad engañosa ¿Por qué?

Considero que, si es proporcional, en tanto, se tiene que sancionar de manera drástica a todas aquellas empresas que colocan en el mercado productos que no reflejan su verdadera naturaleza induciendo con ello, a error a los consumidores, quienes ven limitada su libertad de elegir un producto, en condiciones claras y transparentes.

9. Teniendo en cuenta el Decreto Legislativo 1565 “Ley general de mejora de la calidad regulatoria” ¿Considera usted que se debería aplicar la simplificación administrativa al momento de evaluar las solicitudes de registro sanitario

teniendo en cuenta que una errada denominación comercial genera la publicidad engañosa?

Considero que, no se debería aplicar una simplificación administrativa, en tanto, la entidad competente para otorgar las denominaciones comerciales sería el Indecopi, en tal sentido, dicho procedimiento no forma parte de algún requisito previo que deba ser objeto de evaluación por parte de la DIGESA.

Nombre del participante: Joan Manuel Ontaneda Dora
DNI: 42222430
Numero de Colegiatura:57103

Firma

Anexo 03. Instrumento de recolección de datos

GUÍA DE ENTREVISTA

Título: Acuerdos Interinstitucionales en la denominación comercial y competencia de alimentos y bebidas industriales Lince, 2022.

Entrevistado: OSCAR JUNIOR CABALLERO HINOSTROZA

Cargo/Profesión/Grado: Abogado / Magíster en Propiedad Intelectual

Institución: Indecopi

Objetivo general. - Explicar de qué manera la falta de acuerdos interinstitucionales afecta la denominación comercial y competencia de alimentos y bebidas industrializadas Lince, 2022

PREGUNTAS:

1.- ¿De qué manera considera usted que la falta de acuerdos interinstitucionales entre INDECOPI y DIGESA afecta la denominación comercial?

Se debe de tener en cuenta que es una exigencia que entre entidades del sector público exista colaboración cuando una de la otra requiera información. En el caso de los registros sanitarios, se aprecia que entre los requisitos se señala "*nombre que refleje la verdadera naturaleza del producto o servicio*". Dentro del mismo, se solicita a su vez incluir el nombre comercial de la empresa o la marca de esta.

Al respecto, se debe de tener en cuenta que tanto el nombre comercial y las marcas son signos distintivos que pertenecen al titular de derechos, siendo que en el caso de las marcas su protección está supeditada al registro mientras que en los nombres comerciales el registro es declarativo de derechos, toda vez que la protección se da desde su 1ra fecha de uso.

Por otro lado, considero que podría existir algún tipo de acuerdo entre INDECOPI y DIGESA a fin de que DIGESA pueda acceder a los registros de marca del INDECOPI y poder contrastar que la información consignada por sus administrados pertenece a la realidad de los hechos respecto al registro que administra INDECOPI, y al revés, cuando el INDECOPI requiera información de DIGESA para poder resolver algún procedimiento sobre Protección al Consumidor o Competencia Desleal. Lo antes mencionado podría viabilizarse a través de un acuerdo interinstitucional entre ambas entidades; sin perjuicio que los funcionarios de DIGESA, al igual que cualquier otra persona, pueden realizar búsquedas de marca a través de a web del INDECOPI, sin embargo, DIGESA podría tener acceso a mayores datos de los que proporciona al web del INDECOPI a través de la plataforma BUSCA TU MARCA.

2.- ¿De qué manera considera Ud. que el establecer acuerdos interinstitucionales entre las entidades beneficia los consumidores y las empresas en lo que respecta a la competencia de alimentos y bebidas industrializadas?

Al respecto y de forma general, considero que es deber de las entidades públicas contar con una gestión responsable que permita la emisión de opiniones técnicas cuando existan procedimientos administrativos que, para resolverse, lo requieran. Sin embargo, existen situaciones en las cuales los procedimientos administrativos que se lleven a cabo en distintas entidades públicas pueden mejorar con mecanismos como acuerdos o convenios de colaboración interinstitucional.

En ese sentido, los administrados por ejemplo podrían beneficiarse de acuerdos o convenios realizados entre entidades públicas como por ejemplo cuando exista competencia desleal en el mercado, y la autoridad competente (en este caso el INDECOPI) necesite para resolver el procedimiento de información de primera mano de DIGESA. Esto pasa a menudo cuando se denuncian actos bajo la modalidad de engaño respecto de alimentos y bebidas, en las cuales se necesite revisar registros sanitarios, planes HACCP o se requieran de informes por parte de DIGESA donde se aprecien exámenes realizados.

3.- Al establecer un acuerdo interinstitucional entre entidades ¿De qué manera considera que debería ser el procedimiento legal de la obtención del registro sanitario?

Al respecto, previo a responder la pregunta, al ser una necesidad el contar con nombre comercial y marca para el registro sanitario, se entiende que esta exigencia obligaría al administrado a que primero registre el signo distintivo y luego realice el trámite para el registro sanitario, sin embargo, dicha información no podría ser del todo clara para el administrado toda vez que ni el INDECOPI ni DIGESA informan eficazmente sobre dicha exigencia de manera previa.

Sobre la pregunta, si bien es cierto el registro de la marca y el nombre comercial son facultativos siendo recomendable sus registros, considero que las marcas, en el caso de los registros sanitarios, deberían inscribirse a fin de dotar de seguridad en cuanto a la titularidad, a los funcionarios de DIGESA en la evaluación de los registros sanitarios.

En ese sentido, el procedimiento legal para el registro de los registros sanitarios debería contemplar solicitar los certificados de registro de marca, con mayor razón respecto a los productos farmacéuticos.

<p>Objetivo específico 01.- Analizar de qué manera la denominación comercial afecta en la leal competencia</p>

4. Considera que la errada denominación comercial en el registro sanitario emitido por DIGESA podría afectar la competencia desleal en la industria alimentaria ¿De qué manera?

Al respecto, debemos de tener en cuenta que DIGESA no emite ni registra nombres comerciales o marcas, sino que esa función le corresponde al INDECOPI. Por otro lado, cuando se señala uno u otro al momento de solicitar el registro sanitario, ello de por sí solo podría afectar a la competencia en el sentido de que se consigne el nombre comercial o marca de un tercero (competencia). En ese sentido, se generaría un acto de competencia desleal en la modalidad de engaño el cual deberá de evaluarse a través de una denuncia como procedimiento administrativo llevado ante la Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal del INDECOPI.

5.- Teniendo en cuenta que el abuso de posición de dominio sucede cuando una o más empresas actúan de manera indebida, con el fin de obtener beneficios y causar perjuicios a otros en base un monopolio ¿Considera usted que existe un vacío legal en el sector alimentario, de manera que se genera competencia desleal en el mercado y con ello un abuso de posición de dominio?

El abuso de posición de dominio es aquel mediante el cual una o varias empresas abusan de su posición dominante en el mercado y de esta forma obstaculizar el acceso al mismo de la competencia.

Al respecto, el abuso de posición de dominio puede operar en cualquier sector del mercado, sea alimentario o no.

Por otro lado, desde mi punto de vista considero que existe una regulación que prevé, a través de normas técnicas, los aspectos que tienen que ver con la industria alimentaria desde la perspectiva de DIGESA. Quizá sería aconsejable que dicha regulación pueda unificarse para un mejor entendimiento de esta. Si bien es cierto siempre podrá existir un vacío legal en toda legislación, ello no siempre podrá generar una competencia desleal.

El abuso de posición de dominio, mas que a través de la competencia desleal, se regula a través de normativa de libre competencia (Decreto Legislativo 1034 Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas), la cual evalúa caso por caso este tipo de prohibición.

<p>Objetivo específico 02.- Explicar de qué manera la denominación comercial en el registro sanitario de alimentos y bebidas industrializadas se vulnera a raíz de la publicidad engañosa.</p>

7. Teniendo en cuenta que los términos en la denominación comercial tienen que indicar la verdadera naturaleza del producto, en caso de que la industria incumpliera con ello generaría publicidad engañosa ¿Qué sanciones considera Ud. que se debería implementar para su disminución?

Por supuesto que afectaría la industria al consignarse un nombre del producto que no sea congruente con lo que el producto es lo cual podría considerarse (de realizarse la publicidad del producto) como publicidad engañosa. Al respecto, una información equivocada en este sentido (sea dolosa o no) sugeriría una infracción al Código de

Protección al Consumidor y a su vez a la Ley de Competencia Desleal en su modalidad de engaño.

8.- Según el art 52 del Decreto Legislativo 1044 “Ley de Represión de la competencia desleal” establece los parámetros de las sanciones bajo los términos leve, grave y muy grave. ¿Considera usted que es una sanción proporcional al daño causado a la industria? ¿Por qué?

Al respecto, el Decreto Legislativo 1044 Ley de Represión de la Competencia Desleal establece criterios para establecer la gravedad de la sanción y la aplicación de las multas pertinentes a través del art. 53:

- a) El beneficio ilícito resultante de la comisión de la infracción;
- b) La probabilidad de detección de la infracción;
- c) La modalidad y el alcance del acto de competencia desleal;
- d) La dimensión del mercado afectado;
- e) La cuota de mercado del infractor;
- f) El efecto del acto de competencia desleal sobre los competidores efectivos o potenciales, sobre otros agentes que participan del proceso competitivo y sobre los consumidores o usuarios;
- g) La duración en el tiempo del acto de competencia desleal; y,
- h) La reincidencia o la reiteración en la comisión de un acto de competencia desleal.

Estos criterios se analizan caso por caso a fin de graduar la gravedad de la sanción y la multa correspondiente. En ese sentido, si existe una regulación que especifica las diferentes sanciones por prohibiciones establecidas contra la competencia desleal.

Finalmente, es preciso señalar que el INDECOPI, a través de las oficinas de competencia, tiene el deber de analizar cada caso en concreto y de fijar algún tipo de sanción, la misma debe de contemplar todos aquellos aspectos a fin de que dicha conducta no se vuelva a realizar. Si bien podrían existir algunos casos en los cuales la sanción podría ser menor al daño causado, el análisis de los criterios para la imposición de las mismas debe de contar con todos los elementos (incluso aquellos efectuados de oficio por la autoridad administrativa) a fin de que no se den estos casos.

9. Teniendo en cuenta el Decreto Legislativo 1565 “Ley general de mejora de la calidad regulatoria” ¿Considera usted que se debería aplicar la simplificación administrativa al momento de evaluar las solicitudes de registro sanitario para contrarrestar la publicidad engañosa?

Sobre la simplificación administrativa, a cual posibilita que se eliminen aquellos pasos innecesarios en los procedimientos administrativos, es preciso señalar que, en caso el administrado cuente con un nombre o marca inscrita, podría solo señalar el número de

certificado a fin que DIGESA pueda acceder al registro del INDECOPI a fin de corroborar dicha información, sin embargo (según a mi entender) DIGESA actualmente no puede acceder de manera interna al registro del INDECOPI para dicho cotejo, sin embargo proactivamente lo podría hacer a través de las plataformas virtuales del INDECOPI donde se pueden realizar búsquedas de signos distintivos inscritos. En ese sentido, el colocar solo el número del certificado podría (en un eventual caso) simplificar el procedimiento de otorgamiento de registros sanitarios.

Como lo antes señalado es una propuesta de mejora para los procedimientos de registros sanitarios, de proponerse una modificación a la ley de la materia deberá de cumplirse las normas referidas a la Mejora de la Calidad Regulatoria.

Nombre del participante: OSCAR JUNIOR CABALLERO HINOSTROZA
DNI: 42934922
Numero de Colegiatura: 51477



Firma

Anexo 4

Consentimiento Informado del Apoderado**

Título de la investigación: Acuerdos Interinstitucionales en la denominación comercial y competencia de alimentos y bebidas industrializadas en Lince, 2022

Investigador: Karol Yanelly Diaz Alvarez

Propósito del estudio

Estamos invitando a participar en la investigación titulada “**Acuerdos Interinstitucionales en la denominación comercial y competencia de alimentos y bebidas industrializadas en Lince, 2022**”, cuyo objetivo es **Explicar de qué manera la falta de acuerdos interinstitucionales afecta la denominación comercial y competencia de alimentos y bebidas industrializadas Lince, 2022**. Esta investigación es desarrollada por la estudiante de pregrado de lacarrera profesional de Derecho de la Universidad César Vallejo del campus Lima Norte, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad con el permiso de la institución

Describir el impacto del problema de la investigación.

-El problema suscita cuando las entidades Digesa e Indecopi no establecen un convenio denominado acuerdo interinstitucional, en el que se regula la competencia acerca de la denominación comercial en el registro sanitario, con ello perjudicando a los consumidores a inducirlos a error acerca del producto y a los empresarios generando perjuicios económicos e imponiéndoles barreras burocráticas.

Procedimiento

Si usted decide participar en esta investigación(enumerar los procedimientos del estudio):

1. Se realizará una encuesta o entrevista donde se recogerá datos personales y algunas preguntas sobre la investigación:” **Acuerdos Interinstitucionales en la denominación comercial y competencia de alimentos y bebidas industrializadas en Lince, 2022**”.
2. Esta encuesta o entrevista tendrá un tiempo aproximado de 30 minutos y se realizará en el ambiente del Despacho legal de la institución Diris Lima Sur. Las respuestas al cuestionario o guía de entrevista serán codificadas usandoun número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.

* * Obligatorio hasta menores de 18 años, consentimiento informado cuando es firmado por el padre o madre. Si fuese otro tipo de apoderado sería consentimiento por sustitución.



Participación voluntaria (principio de autonomía):

Su hijo puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. Posterior a que su hijo haya aceptado participar puede dejar de participar sin ningún problema.

Riesgo (principio de No maleficencia):

La participación de su hijo en la investigación NO existirá riesgo o daño en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad a su hijo tiene la libertad de responderlas o no.

Beneficios (principio de beneficencia):

Mencionar que los resultados de la investigación se le alcanzará a la institución al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va a aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

Confidencialidad (principio de justicia):

Los datos recolectados de la investigación deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información recogida en la encuesta o entrevista a su hijo es totalmente Confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

Problemas o preguntas:

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con la Investigadora Diaz Alvarez Karol Yanelly email: kyanelly27@gmail.com y Docente asesora Endira Garcia Gutiérrez email: egarciaqu@ucvvirtual.edu.pe .

Consentimiento

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo que mi menor hijo participe en la investigación.

Nombre y apellidos: Heriber Jesus Vidal Diestra





Anexo 4

Consentimiento Informado del Apoderado**

Título de la investigación: Acuerdos Interinstitucionales en la denominación comercial y competencia de alimentos y bebidas industrializadas en Lince, 2022

Investigador: Karol Yanelly Diaz Alvarez

Propósito del estudio

Estamos invitando a participar en la investigación titulada “**Acuerdos Interinstitucionales en la denominación comercial y competencia de alimentos y bebidas industrializadas en Lince, 2022**”, cuyo objetivo es **Explicar de qué manera la falta de acuerdos interinstitucionales afecta la denominación comercial y competencia de alimentos y bebidas industrializadas Lince, 2022**. Esta investigación es desarrollada por la estudiante de pregrado de la carrera profesional de Derecho de la Universidad César Vallejo del campus Lima Norte, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad con el permiso de la institución

Describir el impacto del problema de la investigación.

-El problema suscita cuando las entidades Digesa e Indecopi no establecen un convenio denominado acuerdo interinstitucional, en el que se regula la competencia acerca de la denominación comercial en el registro sanitario, con ello perjudicando a los consumidores a inducirlos a error acerca del producto y a los empresarios generando perjuicios económicos e imponiéndoles barreras burocráticas.

Procedimiento

Si usted decide participar en esta investigación(enumerar los procedimientos del estudio):

1. Se realizará una encuesta o entrevista donde se recogerá datos personales y algunas preguntas sobre la investigación:” **Acuerdos Interinstitucionales en la denominación comercial y competencia de alimentos y bebidas industrializadas en Lince, 2022**”.
2. Esta encuesta o entrevista tendrá un tiempo aproximado de 30 minutos y se realizará en el ambiente del Despacho legal de la institución Diris Lima Sur. Las respuestas al cuestionario o guía de entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.

* * Obligatorio hasta menores de 18 años, consentimiento informado cuando es firmado por el padre o madre. Si fuese otro tipo de apoderado sería consentimiento por sustitución.

Participación voluntaria (principio de autonomía):

Su hijo puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. Posterior a que su hijo haya aceptado participar puede dejar de participar sin ningún problema.

Riesgo (principio de No maleficencia):

La participación de su hijo en la investigación NO existirá riesgo o daño en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad a su hijo tiene la libertad de responderlas o no.

Beneficios (principio de beneficencia):

Mencionar que los resultados de la investigación se le alcanzará a la institución al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va a aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

Confidencialidad (principio de justicia):

Los datos recolectados de la investigación deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información recogida en la encuesta o entrevista a su hijo es totalmente Confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

Problemas o preguntas:

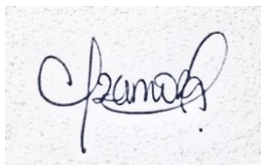
Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con la Investigadora Diaz Alvarez Karol Yanelly email: kyanelly27@gmail.com y Docente asesora Endira Garcia Gutiérrez email: egarciaqu@ucvvirtual.edu.pe .

Consentimiento

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo que mi menor hijo participe en la investigación.

Nombre y apellidos: Kattyska Alzamora Rojas

Fecha y hora: 11 de octubre de 2023





Anexo 4

Consentimiento Informado del Apoderado**

Título de la investigación: Acuerdos Interinstitucionales en la denominación comercial y competencia de alimentos y bebidas industrializadas en Lince, 2022

Investigador: Karol Yanelly Diaz Alvarez

Propósito del estudio

Estamos invitando a participar en la investigación titulada “**Acuerdos Interinstitucionales en la denominación comercial y competencia de alimentos y bebidas industrializadas en Lince, 2022**”, cuyo objetivo es **Explicar de qué manera la falta de acuerdos interinstitucionales afecta la denominación comercial y competencia de alimentos y bebidas industrializadas Lince, 2022**. Esta investigación es desarrollada por la estudiante de pregrado de la carrera profesional de Derecho de la Universidad César Vallejo del campus Lima Norte, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad con el permiso de la institución

Describir el impacto del problema de la investigación.

-El problema suscita cuando las entidades Digesa e Indecopi no establecen un convenio denominado acuerdo interinstitucional, en el que se regula la competencia acerca de la denominación comercial en el registro sanitario, con ello perjudicando a los consumidores a inducirlos a error acerca del producto y a los empresarios generando perjuicios económicos e imponiéndoles barreras burocráticas.

Procedimiento

Si usted decide participar en esta investigación (enumerar los procedimientos del estudio):

1. Se realizará una encuesta o entrevista donde se recogerá datos personales y algunas preguntas sobre la investigación: “**Acuerdos Interinstitucionales en la denominación comercial y competencia de alimentos y bebidas industrializadas en Lince, 2022**”.
2. Esta encuesta o entrevista tendrá un tiempo aproximado de 30 minutos y se realizará en el ambiente del Despacho legal de la institución Diris Lima Sur. Las respuestas al cuestionario o guía de entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.

* * Obligatorio hasta menores de 18 años, consentimiento informado cuando es firmado por el padre o madre. Si fuese otro tipo de apoderado sería consentimiento por sustitución.



Participación voluntaria (principio de autonomía):

Su hijo puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. Posterior a que su hijo haya aceptado participar puede dejar de participar sin ningún problema.

Riesgo (principio de No maleficencia):

La participación de su hijo en la investigación NO existirá riesgo o daño en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad a su hijo tiene la libertad de responderlas o no.

Beneficios (principio de beneficencia):

Mencionar que los resultados de la investigación se le alcanzará a la institución al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va a aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

Confidencialidad (principio de justicia):

Los datos recolectados de la investigación deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información recogida en la encuesta o entrevista a su hijo es totalmente Confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

Problemas o preguntas:

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con la Investigadora Diaz Alvarez Karol Yanelly email: kyanelly27@gmail.com y Docente asesora Endira Garcia Gutiérrez email: egarciaqu@ucvvirtual.edu.pe .

Consentimiento

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo que mi menor hijo participe en la investigación.

Nombre y apellidos: Rosana Rosales Bascones

Fecha y hora: 24 de septiembre de 2023



Anexo 4

Consentimiento Informado del Apoderado**

Título de la investigación: Acuerdos Interinstitucionales en la denominación comercial y competencia de alimentos y bebidas industrializadas en Lince, 2022

Investigador: Karol Yanelly Diaz Alvarez

Propósito del estudio

Estamos invitando a participar en la investigación titulada “**Acuerdos Interinstitucionales en la denominación comercial y competencia de alimentos y bebidas industrializadas en Lince, 2022**”, cuyo objetivo es **Explicar de qué manera la falta de acuerdos interinstitucionales afecta la denominación comercial y competencia de alimentos y bebidas industrializadas Lince, 2022**. Esta investigación es desarrollada por la estudiante de pregrado de lacarrera profesional de Derecho de la Universidad César Vallejo del campus Lima Norte, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad con el permiso de la institución

Describir el impacto del problema de la investigación.

-El problema suscita cuando las entidades Digesa e Indecopi no establecen un convenio denominado acuerdo interinstitucional, en el que se regula la competencia acerca de la denominación comercial en el registro sanitario, con ello perjudicando a los consumidores a inducirlos a error acerca del producto y a los empresarios generando perjuicios económicos e imponiéndoles barreras burocráticas.

Procedimiento

Si usted decide participar en esta investigación(enumerar los procedimientos del estudio):

1. Se realizará una encuesta o entrevista donde se recogerá datos personales y algunas preguntas sobre la investigación:” **Acuerdos Interinstitucionales en la denominación comercial y competencia de alimentos y bebidas industrializadas en Lince, 2022**”.
2. Esta encuesta o entrevista tendrá un tiempo aproximado de 30 minutos y se realizará en el ambiente del Despacho legal de la institución Diris Lima Sur. Las respuestas al cuestionario o guía de entrevista serán codificadas usandoun número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.

* * Obligatorio hasta menores de 18 años, consentimiento informado cuando es firmado por el padre o madre. Si fuese otro tipo de apoderado sería consentimiento por sustitución.

Participación voluntaria (principio de autonomía):

Su hijo puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. Posterior a que su hijo haya aceptado participar puede dejar de participar sin ningún problema.

Riesgo (principio de No maleficencia):

La participación de su hijo en la investigación NO existirá riesgo o daño en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad a su hijo tiene la libertad de responderlas o no.

Beneficios (principio de beneficencia):

Mencionar que los resultados de la investigación se le alcanzará a la institución al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va a aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

Confidencialidad (principio de justicia):

Los datos recolectados de la investigación deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información recogida en la encuesta o entrevista a su hijo es totalmente Confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

Problemas o preguntas:

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con la Investigadora Diaz Alvarez Karol Yanelly email: kyanelly27@gmail.com y Docente asesora Endira Garcia Gutiérrez email: egarciaqu@ucvvirtual.edu.pe .

Consentimiento

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo que mi menor hijo participe en la investigación.

Nombre y apellidos: Victor Antonio Andia Fernández



ABOG. VICTOR ANTONIO ANDIA FERNANDEZ
REG. C.A.L. N.º 69974

GUIA DE ANALISIS DOCUMENTAL

Objetivo General: Explicar de qué manera la falta de acuerdos interinstitucionales afecta la denominación comercial y competencia de alimentos y bebidas industrializadas Lince, 2022

Resolución Final	CONTENIDO A ANALIZAR	ANÁLISIS
0330-2023/CC2 INDECOPI		
Sala: N°2 Comisión de Protección al Consumidor – Sede Central Expediente N° 884-2018/CC2 Denunciante: Asociación Peruana de Consumidores y Usuarios – ASPEC Denunciado: Leche Gloria Sociedad Anónima S.A Materias: Protección al consumidor, información acerca de los productos envasados (...). Actividad: Elaboración de Productos Lácteos	<p>Según los antecedentes se mencionó que en la Resolución N° 1176-2018 en el segundo considerando estableció que se ha infringido en los artículos 1,10 y 32 de la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor, en tanto la empresa Gloria no habría consignado en el etiquetado ni en el envase del producto “SOYVIDA” una denominación de acuerdo a su naturaleza, (...)” Aunado a ello, consignó en su producto de 1 litro de “leche de soya evaporada UHT” pese a que por su composición no sería así, dando a entender que se trataría de leche evaporada. Al respecto, el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual – INDECOPI señaló lo siguiente: Que al no indicar la verdadera naturaleza del producto Gloria, en adelante la empresa será sancionada por una presunta infracción establecido en el art 32 de la Ley N° 29571. Por su parte, DIGESA es la autoridad que se encarga del otorgamiento del registro sanitario, a través de un procedimiento automático, pues una vez presentado los documentos de la empresa a dicha entidad tiene la responsabilidad de verificar que el nombre del producto refleje la verdadera naturaleza y no genere confusión en los consumidores y el INDECOPI es la entidad encargada de vigilar ello. En la parte resolutive de la presente resolución se estableció lo siguiente:</p>	<p>Los derechos de los consumidores se encuentran tipificados en el artículo 1 de la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor, los cuales han sido infringidos como el derecho a la protección eficaz, el derecho a tener una decisión oportuna suficiente en base a la información que tiene que remitir las empresas, a la protección de intereses económicos entre otros, respecto al artículo 10 determina que la información de los productos envasados debe ser visibles y legibles, en el caso de alimentos se debe precisar los ingredientes que contiene cada producto. En base al artículo 32 de mencionada ley establece el etiquetado y denominación de los alimentos que se debe recurrir a la legislación de la materia y si hubiera vacíos legales recurrir al Codex Alimentarios como norma supra, en el caso en específico de productos lácteos se encuentra regulado en el Decreto Supremo 004-2022-MIDAGRI.</p> <p>En tanto, Gloria solicita en su registro sanitario el termino <u>leche soy vida evaporada</u>, que según el termino induce a error o engaño al consumidor. Cabe resaltar que dicha denominación fue aprobada por DIGESA sin alguna observación siendo esta la entidad la encargada de solicitar la denominación del producto según lo establecido en su TUPA N° 30.</p> <p>Según lo alegado por Gloria indica que DIGESA es la entidad encargada de aprobar o denegar el registro sanitario, mediante un procedimiento automático, en concordancia con el principio de buena fe procedimental establecido en el TUO de la</p>

Primero se precisó que el hecho denunciado por Asociación Peruana de Consumidores y Usuarios - ASPEC referido a que el denunciado no habría consignado en el etiquetado ni en el envase del producto "SOYVIDA" una denominación de acuerdo a su naturaleza, en tanto: a) habría consignado en su producto de 150 gr y 400 gr "leche de soya evaporada", pese a que por su composición no sería así; b) habría consignado en su producto de 1 litro "leche de soya UHT, pese a que por su composición no sería así, (...).

Cuarto se declaró infundada la excepción de caducidad y prescripción presentada por la empresa y la competencia presentada por la empresa. Declaró fundada la denuncia presentada por ASPEC impuso una sanción de 124,95 UIT a la empresa.

LPAG define que la autoridad administrativa no puede actuar contra sus propios actos, es por ello que al DIGESA solicitar la denominación del producto y luego por parte de INDECOPI se le imponga una sanción a la empresa, se estaría dejando en desventaja en el mercado a GLORIA imponiéndole una multa de 124,95 UIT.

Por su parte, DIGESA es la autoridad que se encarga del otorgamiento del registro sanitario, a través de un procedimiento automático, pues una vez presentado los documentos de la empresa a dicha entidad tiene la responsabilidad de verificar que el nombre del producto refleje la verdadera naturaleza y no genere confusión en los consumidores y el INDECOPI es la entidad encargada de vigilar ello.

CONCLUSIÓN

De todo lo mencionado es preciso indicar que se ha vulnerado el derecho de los consumidores, además de la veracidad de los productos envasados, toda vez que los productos alimenticios tienen que contener los ingredientes y componentes, para ello DIGESA es la entidad de verificar como sale el producto al mercado, es decir la comercialización del producto y es INDECOPI el ente encargado de fiscalizar y sancionar el incumplimiento de la empresa. Entonces se tiene que, al no establecer un acuerdo entre DIGESA e INDECOPI se genera pérdidas económicas a la empresa, debido a que dicha denominación ya habría sido aprobada por DIGESA y lista para su comercialización no siendo esta el área competente y es donde INDECOPI en cumplimiento de sus funciones de vigilar el rotulado y publicidad del producto impone sanciones. Al respecto, se le impone una multa a la empresa Gloria por no reflejar la verdadera naturaleza en su producto al alegar denominaciones erradas, pese a que esta ya habría sido aprobada tanto su denominación como su proyecto de etiqueta por DIGESA.

A fin de no perjudicar a las empresas económicamente y su imagen como tal, es necesario que la denominación comercial refleje la verdadera naturaleza de su producto, para ello es necesario que haya una revisión antes de su aprobación en DIGESA, puesto que al no ser esta la entidad encargada del etiquetado o nombre del producto al momento de otorgar el registro sanitario en diversas oportunidades se acepta una denominación errada en el producto y es por ello que en la vigilancia realizada por INDECOPI se le impone la sanción a la empresa.

RF 1380-2020/CC2	CONTENIDO A ANALIZAR	ANÁLISIS
<p>INDECOPI</p> <p>Sala: N° 2</p> <p>Comisión de Protección al Consumidor.</p> <p>Expediente: 1491-2018/CC2</p> <p>Denunciante: Asociación de Consumidores y Usuarios de La Región Ancash (ACUREA)</p> <p>Denunciados: Supermercados Peruanos Sociedad Suizo Peruana Embutidos S.A (La Segoviana)</p> <p>Materias: Protección al Consumidor, deber de idoneidad, Medidas Correctivas (...).</p> <p>Actividad: Elaboración de Productos Alimenticios</p>	<p>(...) resulta pertinente determinar si lo señalado por ACUREA podría constituir supuestos de infracciones al deber de información (literal b del numeral 1.1 del artículo 1, numerales 2.1 y 2.2 del artículo 2 y al artículo 3 del Código) o si, por el contrario, podrían constituir infracciones más específicas relacionadas al etiquetado y denominación de los alimentos contenido en los artículos 10 y 32 de la precita norma.</p> <p>El control ex ante, el cual comprende, entre otros, la regulación existente en la fabricación, importación, almacenamiento, transporte de aquellos productos alimenticios que serán comercializados en el mercado; y, (ii) el control ex post, el cual comprende, entre otros, la vigilancia y supervisión de la información que debe estar contenido en el etiquetado de los productos. El control ex ante es asumido por DIGESA, institución que cumple un rol preponderante en su tarea de velar que todos los productos alimenticios comercializados no afecten la salud de los ciudadanos. el control ex post se encuentra a cargo del INDECOPI quien tiene la función de velar que, en el marco de prestación de bienes y servicios (mercado), los consumidores tengan a su alcance la información adecuada para realizar una óptima decisión de consumo.</p> <p>(...) DIGESA no posee facultades específicas para poder sancionar potenciales infracciones como la que es materia de evaluación en el presente procedimiento (verificar si la denominación de un producto es adecuada).</p> <p>El producto "Hot Dog de Pollo", con dicha denominación, el referido título habilitante únicamente certifica que el producto es inocuo para su potencial ingesta, siendo la denominación aprobada una opinión referencial respecto a las características del producto, pues su verificación será materia de un control ex-post por parte del INDECOPI.</p> <p>Según lo establecido en la parte resolutive se tiene que se declaró fundada la denuncia interpuesta por ACUREA por infracción al art 32 de la Ley 29571.</p>	<p>Se ha determinado que se ha vulnerado el derecho de los consumidores, debido a que han sido llevados al engaño y no han obtenido una información oportuna para adquirir un producto de acuerdo a la información veraz de este. De acuerdo al art 2.1 y 2.2 se puede determinar que el proveedor no ha cumplido con ofrecer al consumidor la información relevante del producto, puesto que la denominación del producto indica salchicha de pollo cuando este contiene más ingredientes. Además, se incumple lo establecido en el art 3 acerca de información que induzca a error al consumidor.</p> <p>La resolución hace referencia a un ex ante y ex post en lo que corresponde a DIGESA e INDECOPI, siendo que la primera es quien otorga el registro sanitario, verifica y aprueba el etiquetado del producto como su denominación comercial de los alimentos y posterior a ello INDECOPI en una fiscalización sanciona a la empresa, pese a que la denominación ya fue aprobada por DIGESA, no siendo esta competente para tal.</p> <p>La Segoviana que es la empresa en cuestión menciona un conflicto de competencias entre estas entidades si bien es cierto que la resolución hace mención al ROF de cada</p>

entidad, no se logra precisar con claridad sus funciones.

CONCLUSIÓN

Se puede determinar que al no establecer un acuerdo entre ambas entidades en lo que respecta la denominación comercial del producto, se estarían generando pérdidas económicas a las empresas debido a que quien se encarga de velar por la salud alimentaria e inocuidad de los productos es DIGESA, sin embargo, esta adquiere la potestad de determinar el rotulado o etiquetado del producto y su denominación para que el producto salga a la venta según lo requisitos establecidos en el TUPA. Es ahí donde el producto es comercializado con la denominación comercial que el administrado considera no siendo ello objetado por DIGESA antes de su otorgamiento del Registro Sanitario debido a que no tiene las competencias. Es por ello que, la denominación comercial del producto debería ser aprobada por INDECOPI antes de que el administrado obtenga su registro sanitario, a fin de no generar pérdidas económicas en el mercado y genere perjuicios al consumidor, puesto que la fiscalización que realiza INDECOPI es cuando el producto ya ha salido a la venta y en un tiempo prolongado es sancionado ya habiendo inducido a error a los consumidores.

Objetivo específico 01: Analizar de qué manera la denominación comercial afecta la leal competencia.

Tipo de documento	Autor	Datos del documento	Páginas de interés	Contiene	Análisis
Artículo Científico	Nisa Aurelia Kholis Roisah	Brands, Lanham act, Unfair Competition, Legal Protection, Intellectual Property Rights [Marcas, Ley Lanham, Competencia desleal, Derechos de Propiedad intelectual)	International Journal of Social Science And Human Research, 2023, pág 1-4	Una comparación entre los países de Indonesia y Estados Unidos referente a la competencia de denominación comercial entre los países de Indonesia y Estados Unidos Las empresas compiten injustamente para poder mantener su negocio estable. Por ello están en constante actos de engaño y es necesario que se refuerce la seguridad jurídica en las marcas	Debido a las barreras burocráticas que se les impone a los empresarios no es accesible el registro de sus marcas o denominaciones comerciales no obteniendo una seguridad jurídica y siendo su marca vulnerada puesto que surge la piratería, las imitaciones del producto, el robo de la marca, copiar ideas En Estados Unidos, al ser un país capitalista hay una mayor estadística de competencia desleal, es por ello que para su disminución se ha dispuesto que el uso de marcas o denominación comercial es de carácter obligatorio para su comercialización de los productos, ya que luego surgen los engaños de productos o empresas. En Indonesia, competencia desleal afecta en el mercado debido a que si el empresario no logra registrar primero su marca luego enfrentar a un proceso y demostrar la carga de la prueba.
Conclusión					Se establece que la leal competencia se ve vulnerada porque no en todos los países se tiene clara la norma pese a haber un convenio internacional de Paris hay una legislación interna en cada país la cual contiene vacíos legales y se ve vulnerada, como se mencionaba en el artículo en Estados Unidos se ve constantemente la piratería de los productos es por ello que se ha impuesto la declaración de marca o denominación de carácter obligatorio, a fin de contrarrestar los constantes abusos de posición y otros delitos que implica la propiedad intelectual.

Tipo de documento	Autor	Datos del documento	Páginas de interés	Contiene	Análisis
Libro (2021)	Reyes Fonseca, Gianmarco	Actos de engaño, y publicidad engañosa en defensa de los empresarios y los consumidores, competencia económica desleal.	Pág 14,15 y 21	La preferencia de los destinatarios, bajo el principio de competencia por eficiencia (a mejor precio/calidad, mejores resultados de venta y preferencia)—y que perjudique el correcto funcionamiento del mercado. conducta desleal sea considerada como tal: i) que las conductas sean exteriorizadas al mercado, ii) que el acto tenga fines o finalidad promover la difusión de bienes y servicios, sean propias o de un tercero, y iii) que la conducta sea desleal, es decir, que perjudique o pueda perjudicar los intereses económicos de un tercero. No es requisito acreditar que el acto genere un daño efectivo, sino que basta constatar que la generación de dicho daño sea potencial, que el daño pueda acaecer en un futuro.	Una errada denominación comercial puede conllevar publicidad engañosa y por lo tanto afecta la leal competencia en el mercado, debido a que los competidores ponen en juego el precio y la calidad del producto y el consumidor adquiere el producto más económico sin tener en cuenta que la calidad no es buena, no brindándole toda la información al consumidor incumpliendo con el principio de asimetría de información tipificado en el Código de Protección y Defensa del Consumidor. Además, al contar con vacíos legales la norma indica que se dirige al CODEX o al FDA, lo cual dicha norma solo hace referencia a los alimentos y no a las bases legales de ello, es por ello que el evaluador al momento de otorgar o denegar el registro sanitario lo evalúa según su criterio y es donde se genera una competencia desleal en el mercado, debido a que algunas empresas comercializan con registro y otras no, no realizando una debida fiscalización
Conclusión	Se determina que una errada denominación comercial afecta la leal competencia en el mercado, debido a los vacíos legales no se logra definir con claridad las determinaciones de los productos, es por ello que surgen las prácticas desleales perjudicando los intereses de los consumidores debido a que no cuentan con una asimetría informativa del producto.				

Objetivo específico 02: Explicar de qué manera la denominación comercial en el registro sanitario de alimentos y bebidas industrializadas se vulnera a raíz de la publicidad engañosa.

RESOLUCIÓN FINAL 0191- 2022/SDC INDECOPI	CONTENIDO A ANALIZAR	ANÁLISIS
<p>Tribunal de Defensa de la Competencia y de La Protección de la Propiedad Intelectual Sala Especializada en Defensa de la Competencia</p> <p>Expediente: 0004-2022/CCD</p> <p>Denunciante: Asociación de Consumidores y Usuarios de la Región Ancash - Acurea</p> <p>Denunciada: Nestlé Perú S.A</p> <p>Materias: Actos de Engaño</p>	<p>Se dice que Nestlé ha infringido en actos de engaño tipificado en el art 8 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal, debido a que el empaque del producto “Maggi Cubito Carne de 100g” dando a entender que el producto contenía carne, cuando ello no era cierto. Además, contenía la imagen de un plato de comida en trozos de carne cocida y la imagen caricaturizada de un bovino, lo que daría a entender a los consumidores que dicho producto contenía como ingrediente principal carne, sin embargo, de acuerdo a su composición ello no era verídico.</p> <p>Por su parte, Nestlé alega que un <i>consumidor razonable</i> no pensaría que un cubito de dimensión tan pequeño contenga carne. Acurea quien es la parte demandante alega que la frase “mezcla deshidratada sabor carne” no forma parte de la pieza publicitaria pese haber sido registrada ante la Dirección General de Salud Ambiental e Inocuidad Alimentaria – DIGESA, dicha frase no integra la parte captatoria de la publicidad, es decir el tamaño de la frase es tan pequeña que no logra ser visible para el consumidor, a su vez se hace comparaciones con otros productos de Nestlé, el cual si refleja la denominación “caldo – sabor a carne” en la parte central de la publicidad, lo cual en el caso específico no se evidencia.</p> <p>La sala determinó que el mensaje publicitario que Nestlé difundió a través de la pieza publicitaria cuestionada y la verdadera naturaleza del producto en cuanto su composición se configura el acto de engaño denunciado. Se comprueba que Nestlé ha difundido publicidad engañosa conforme al hecho materia de imputación. La sala le impuso a Nestlé una multa ascendente a 35.04 UIT, equivalente a S/ 173 448</p>	<p>La denominación comercial del producto cubito de carne vulnera el derecho de los consumidores debido a que conlleva a una publicidad engañosa, al alegar en el panque que contiene carne cuando según su composición del producto ello no es cierto de manera que induce a error al consumidor. Por su parte, Nestlé alega que el consumidor tiene que ser razonable, infringiendo lo determinado en el art 3 del Código de Protección al Consumidor que indica que el etiquetado y denominación del producto deben indicar la veracidad de este.</p> <p>En la presente resolución se evidencia que se efectúan actos de engaño al momento de realizar la publicidad ya que se visualiza la imagen de un bovino dando a entender que el producto contenía carne cuando ello no era cierto. A su vez se precisa que la denominación del producto “mezcla deshidratada sabor a carne” la cual fue aceptada por DIGESA no fue suficiente puesto que siendo esta entidad la encargada del etiquetado del producto no determinó o estableció como realizar el etiquetado a fin de evitar actos de engaño. Es por ello que se sanciona a la empresa.</p>

Se le ordenó a Nestlé una medida correctiva que no vuelva a difundir publicidad en el cual transmita que el producto “Maggi Cubito Carne de 100g” contenga carne en su composición, en tanto ello no sea cierto.

Conclusión

Se concluyó que en el registro sanitario del producto “Maggi cubito” la denominación de este no se vería reflejada la verdadera naturaleza del producto, debido a que en su etiquetado se evidencia figuras como un bovino dando a entender que el producto contenía ello cuando no era cierto, la empresa Nestlé alega que el consumidor tiene que ser diligente y sobreentender que el producto “Maggi Cubito” con un diámetro de 4 cm es imposible que contenga carne, sin embargo al establecer animales como este induce a error al consumidor al tomar una decisión correcta, debido a que en el mercado hay productos similares en donde si indican sustancia de carne, es decir que no contiene carne, a diferencia de este producto, es por ello que se evidencia los actos de engaño que realiza el etiquetado del producto.

RESOLUCIÓN 0274-2018/SDC INDECOPI	CONTENIDO A ANALIZAR	ANÁLISIS
<p>Tribunal de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual</p> <p>Expediente: 115- 2017/CCD</p> <p>Denunciante: De oficio</p> <p>Denunciada: Leche Gloria</p> <p>Sociedad Anonima</p> <p>Materias: Publicidad comercial y Actos de engaño</p> <p>Actividad: Elaboración de Productos Lácteos</p>	<p>La resolución indica que la empresa Gloria ha realizado actos de competencia desleal en la modalidad de engaño establecido en el art 8 del Decreto Legislativo N° 1044- Ley de Represión de la Competencia Desleal, de manera que el empaque del producto "Gloria Bonlé Leche Evaporada" indicaba que el producto contendría leche de vaca (es decir, evaporada) pese a que ello no era cierto según los parámetros establecidos en el CODEX aplicable al caso no permite el termino leche de vaca. La publicidad difundida por Gloria indicaba lo siguiente: "Es una leche que contribuye con la alimentación de tu familia porque es nutritiva y te aporta excelentes beneficios (...)", lo cual daría a entender a los consumidores que el referido producto sería leche de vaca, cuando en realidad ello no sería cierto.</p> <p>Además, DIGESA mediante informe determinó que los productos con componentes lácteos o no lácteos lleven en su denominación el termino leche, para lo cual adjunta el registro sanitario.</p> <p>La comisión determinó que el uso de la imagen de una vaca en la publicidad de los productos "Pura Vida" no indica un acto de engaño, aun cuando estos no coincidían con la definición de leche contenida en el CODEX. Por otro lado, al momento de que DIGESA le otorga el registro sanitario las empresas se encuentran obligadas a respetar los alcances establecidos al momento de la presentación de la solicitud del registro como es el proyecto de rotulado y la denominación del producto.</p> <p>El tribunal determinó el cese definitivo de la difusión publicitaria del término leche de manera independiente en tanto da a entender a los consumidores que el referido producto es leche a pesar que no sea cierto, puesto que contiene otros ingredientes como maltodextrina entre otros.</p>	<p>Respecto a los actos de engaño se encuentra regulado en el artículo 8 de la Ley 1044, al respecto se evidencia que la empresa Gloria ha configurado en estos actos puesto que el producto Gloria Bonle Leche Evaporada no trasmite la verdadera naturaleza del producto puesto que en su etiquetado del producto se evidencia una vaca, ello puede inducir a error al consumidor puesto que se entiende que el producto es 100% leche de vaca cuando no ello no es cierto, puesto que el producto contiene el 60% de ella, por otro lado, el etiquetado del producto y la denominación de este fue aceptada por DIGESA y se evidencia en el registro sanitaria de esta, debido que esta entidad en el 2014 emitió un informe indicando las definiciones del término leche y en base a ello Gloria determinó la denominación del producto, en el año 2017 MIDRAGRI emitió un informe respecto a las denominaciones de leche, en el cual dicho termino solo es apropiado para los productos directos de la vaca y para los productos que contengan otros ingredientes se les denomina mezcla láctea. Es por ello que la empresa ha inducido a error a los consumidores con su etiquetado y con la denominación del producto generándose publicidad engañosa en el mercado.</p>

CONCLUSIÓN

La denominación comercial del producto “Gloria Bonlé Leche Evaporada” cuenta con un registro sanitario emitido por DIGESA que indica leche de vaca, puesto que dicho termino no indica la verdadera naturaleza del producto, es entonces que genera una publicidad engañosa e induce a error al consumidor. Además, se podría concluir que dicho termino genera una competencia desleal puesto que dicha denominación genera más ventas en el mercado dejando en desventaja a las otras empresas que si reflejan la naturaleza del producto, según DIGESA para autorizar dicha denominación siguió las normas del CODEX y un informe emitido por dicha entidad. Actualmente, MIDAGRI con su DS 004-2018 emitió las denominaciones de leche, a fin de no inducir a error al consumidor.

Base normativa

TIPO DE DOCUMENTO	CONTENIDO A ANALIZAR	ANÁLISIS
Decreto Legislativo N° 1044, Ley de Represión de la Competencia Desleal – Artículo 8 inc. 1	Actos de engaño 8.1.- Consisten en la realización de actos que tengan como efecto, real o potencial, inducir a error a otros agentes en el mercado sobre la naturaleza, modo de fabricación o distribución, características, aptitud para el uso, calidad, cantidad, precio, condiciones de venta o adquisición y, en general, sobre los atributos, beneficios o condiciones que corresponden a los bienes, servicios, establecimientos o transacciones que el agente económico que desarrolla tales actos pone a disposición en el mercado; o, inducir a error sobre los atributos que posee dicho agente, incluido todo aquello que representa su actividad empresarial.	Los actos de engaño consisten en inducir a error al consumidor sobre la verdadera naturaleza del producto ya sea en la denominación comercial del producto, en la etiqueta de este. En muchas ocasiones los empresarios rotulan su producto con un registro sanitario errado o de otro producto, es entonces donde se producen los actos de engaño, con la finalidad de obtener ganancias en el mercado.
CONCLUSION	Se determinó que la denominación del producto o denominación comercial en el registro sanitario otorgado por DIGESA puede ser vulnerado por los actos de engaño, debido a que las empresas solicitan su registro sanitario para un alimento, pero lo usan en las variedades del producto por ejemplo; Tottus solicitó su registro sanitario para su helado de vainilla el cual INDECOPI en una fiscalización determinó que dicho registro sanitario estaba siendo usado en su producto Helado tricolor, el cual no pasó los estándares de calidad determinados por DIGESA para el otorgamiento de su registro.	

TIPO DE DOCUMENTO	CONTENIDO A ANALIZAR	ANÁLISIS
Decreto Legislativo N° 1044, Ley de Represión de la Competencia Desleal – Artículo 9 inc. 1	Actos de confusión Consisten en la realización de actos que tengan como efecto, real o potencial, inducir a error a otros agentes en el mercado respecto del origen empresarial de la	De acuerdo al artículo se precisa que una denominación errada en el registro sanitario induce a error al consumidor debido a que se genera una confusión entre otros productos del mercado, de

actividad, el establecimiento, las prestaciones o los productos propios, de manera tal que se considere que estos poseen un origen empresarial distinto al que realmente les corresponde.

el manera que el consumidor no logra distinguir el producto o diferenciar de otra empresa, a su vez también se ve casos en que una empresa se distingue por colores predeterminados y su competencia en el mercado use los mismos colores o realizar un mal uso de los términos técnicos en las denominaciones puede confundir a los consumidores como el caso de productos lácteos al denominarlos leche o bebida láctea genera una confusión en el mercado, por ello es necesaria su precisión

CONCLUSIÒN

En tal sentido, se determina el establecer una denominación comercial en el registro sanitario ambigua o sin precisión se ve vulneran los derechos del consumidor, puesto que adquiere un producto presumiendo que este refleja su verdadera naturaleza, cuando ello no sería cierto conllevándolo a tomar una decisión errada e induciéndolo a error.

ANEXO 04 Matriz de evaluación juicio de expertos



Evaluación por juicio de expertos

Respetado Juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento de "Guía de entrevista". La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al que hacer jurídico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez:

Nombre del juez (validador):	Luz V. Zoto Cuevas		
Grado profesional:	Maestría (X)	Doctor	()
Área de formación académica:	Clínica ()	Social	()
	Educativa (X)	Organizacional	()
Áreas de experiencia profesional:	Docente Universitario		
Institución donde labora:	Universidad César Vallejo		
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años ()	Más de 5 años (X)	
Experiencia en Investigación Jurídica: (si corresponde)	Derecho Empresarial		

1. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

2. Datos de la escala Técnica de la entrevista

3.

Nombre de la Prueba:	Guía de entrevista
Autor(a)(es):	Karol Yanelly Diaz Alvarez
Procedencia:	Lima - Perú
Administración:	Propia
Tiempo de aplicación:	60 minutos
Ámbito de aplicación:	Lince
Significación:	La investigación tiene como categoría 1: Acuerdos Interinstitucionales en la denominación comercial , con subcategorías: Conflicto de competencia y Abuso de posición ; como categoría 2 Competencia de alimentos y bebidas industriales , con subcategorías: Competencia desleal y Publicidad engañosa ; cuyo objetivo general es, Explicar de qué manera la falta de acuerdos interinstitucionales afecta la denominación comercial y competencia de alimentos y bebidas industrializadas Lince, 2022

4. Soporte teórico

Escala/ÁREA	Sub categorías	Definición
Acuerdos Interinstitucionales en la denominación comercial	Conflicto de competencias Abuso de posición	Es un convenio que puede ser regido por el derecho internacional o por el ordenamiento interno de las instituciones públicas, se rige bajo acuerdos que no estén estipulados en el art 56 de nuestra carta magna" (Mezarina, 2019)
Competencia de alimentos y bebidas industriales	Competencia desleal Publicidad engañosa	"La competencia se encuentra regulada en el Reglamento de Funciones de cada entidad, al respecto los conflictos surgidos por actos de las entidades públicas, por acción u omisión vulneran el ordenamiento legal en perjuicio del administrado (Pejoves, 2014)

5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento la guía de entrevista elaborada por Karol Yanelly Diaz Alvarez en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores a fin de que califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.

RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brindes sus observaciones que considere pertinente

1. No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Categorías y subcategorías del instrumento:

Categorías	Subcategorías
Acuerdos Interinstitucionales en la denominación comercial	Conflicto de competencias
	Actos de confusión
Competencia de alimentos y bebidas industriales	Competencia desleal
	Publicidad engañosa

- Objetivos de las Categorías y subcategorías: Recabar información de los expertos especialistas en Derecho al Consumidor, así como en Derecho en Propiedad Intelectual, Gestión Pública y Derecho Administrativo con la finalidad de lograr el objeto de estudio, consiguientemente generar teorías emergentes pertinente al estudio.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
¿De qué manera considera usted que la falta de acuerdos interinstitucionales entre indecopi y digesa afecta la denominación comercial?	1	4	4	4	
¿De qué manera considera Ud. que el establecer acuerdos interinstitucionales entre las entidades beneficia los consumidores y las empresas en lo que respecta a la competencia de alimentos y bebidas industrializadas?	2	4	4	3	
Al establecer un acuerdo interinstitucional entre entidades ¿De qué manera considera que debería ser el procedimiento legal de la obtención del registro sanitario?	3	4	3	4	
Considera que la errada denominación comercial en el registro sanitario emitido por Digesa afecta la leal competencia en la industria alimentaria ¿De qué manera?	4	4	4	3	
Teniendo en cuenta que el abuso de posición de dominio sucede cuando una o más empresas actúan de manera indebida, con el fin de obtener beneficios y causar perjuicios a otros en base un monopolio ¿Considera usted que existe un vacío legal en el sector alimentario, de manera que se genera competencia desleal en el mercado y con ello un abuso de posición de dominio?	5	4	3	4	

<p>Teniendo en cuenta que los términos en la denominación comercial tienen que indicar la verdadera naturaleza del producto, en caso que la industria incumpliera con ello, de existir una errada denominación comercial errada ¿Cuáles serían los efectos que causaría a la industria alimentaria?</p>	6	3	4	4	
<p>¿De qué manera considera usted que la publicidad engañosa vulnera la denominación comercial en el registro sanitario?</p>	7	4	4	4	
<p>Según el Decreto Legislativo 1044 "<i>Ley de Represión de la competencia desleal</i>" que se encarga de sancionar la publicidad engañosa considera usted que la sanción es proporcional al daño causado en la denominación comercial del registro sanitario de manera que genera publicidad engañosa ¿Por qué?</p>	8	3	4	4	
<p>Teniendo en cuenta el Decreto Legislativo 1565 "<i>Ley general de mejora de la calidad regulatoria</i>" ¿Considera usted que se debería aplicar la simplificación administrativa al momento de evaluar las solicitudes de registro sanitario teniendo en cuenta que una errada denominación comercial genera la publicidad engañosa?</p>	9	4	3	4	

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Lista para ser aplicado

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador:

Botó Casana, Liz V.

Especialidad del validador:

CIVIL

Lima, ...26... de ...09... de 2023

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión


Firma del Experto validador

Evaluación por juicio de expertos

Respetado Juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento de "Guía de entrevista". La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al que hacer jurídico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez:

Nombre del juez (validador):	Jose Antonio Reyna Ferreyros		
Grado profesional:	Maestría (x)	Doctor	()
Área de formación académica:	Clínica ()	Social	()
	Educativa ()	Organizacional	()
Áreas de experiencia profesional:	Docente Universitario		
Institución donde labora:	Universidad César Vallejo		
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años ()		
	Más de 5 años (x)		
Experiencia en Investigación Jurídica: (si corresponde)	Derecho Empresarial		

1. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

2. Datos de la escala (Técnica de la entrevista)

3.

Nombre de la Prueba:	Guía de entrevista
Autor(a)(es):	Karol Yanelly Diaz Alvarez
Procedencia:	Lima - Perú
Administración:	Propia
Tiempo de aplicación:	60 minutos
Ámbito de aplicación:	Lince
Significación:	La investigación tiene como categoría 1: Acuerdos Interinstitucionales en la denominación comercial , con subcategorías: Conflicto de competencia y Abuso de posición ; como categoría 2 Competencia de alimentos y bebidas industriales , con subcategorías: Competencia desleal y Publicidad engañosa ; cuyo objetivo general es, Explicar de qué manera la falta de acuerdos interinstitucionales afecta la denominación comercial y competencia de alimentos y bebidas industrializadas Lince, 2022

4. Soporte teórico

Escala/ÁREA	Sub categorías	Definición
Acuerdos Interinstitucionales en la denominación comercial	Conflicto de competencias Abuso de posición	Es un convenio que puede ser regido por el derecho internacional o por el ordenamiento interno de las instituciones públicas, se rige bajo acuerdos que no estén estipulados en el art 56 de nuestra carta magna" (Mezarina, 2019)
Competencia de alimentos y bebidas industriales	Competencia desleal Publicidad engañosa	"La competencia se encuentra regulada en el Reglamento de Funciones de cada entidad, al respecto los conflictos surgidos por actos de las entidades públicas, por acción u omisión vulneran el ordenamiento legal en perjuicio del administrado (Pejoves, 2014)

5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento la guía de entrevista elaborada por Karol Yanelly Diaz Alvarez en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores a fin de que califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.

RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

1. No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Categorías y subcategorías del instrumento:

Categorías	Subcategorías
Acuerdos Interinstitucionales en la denominación comercial	Conflicto de competencias
	Actos de confusión
Competencia de alimentos y bebidas industriales	Competencia desleal
	Publicidad engañosa

- Objetivos de las Categorías y subcategorías: Recabar información de los expertos especialistas en Derecho al Consumidor, así como en Derecho en Propiedad Intelectual, Gestión Pública y Derecho Administrativo con la finalidad de lograr el objeto de estudio, consiguientemente generar teorías emergentes pertinente al estudio.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
¿De qué manera considera usted que la falta de acuerdos interinstitucionales entre indecopi y digesa afecta la denominación comercial?	1				
¿De qué manera considera Ud. que el establecer acuerdos interinstitucionales entre las entidades beneficia los consumidores y las empresas en lo que respecta a la competencia de alimentos y bebidas industrializadas?	2				
Al establecer un acuerdo interinstitucional entre entidades ¿De qué manera considera que debería ser el procedimiento legal de la obtención del registro sanitario?	3				
Considera que la errada denominación comercial en el registro sanitario emitido por Digesa afecta la leal competencia en la industria alimentaria ¿De qué manera?	4				
Teniendo en cuenta que el abuso de posición de dominio sucede cuando una o más empresas actúan de manera indebida, con el fin de obtener beneficios y causar perjuicios a otros en base un monopolio ¿Considera usted que existe un vacío legal en el sector alimentario, de manera que se genera competencia desleal en el mercado y con ello un abuso de posición de dominio?	5				

<p>Teniendo en cuenta que los términos en la denominación comercial tienen que indicar la verdadera naturaleza del producto, en caso que la industria incumpliera con ello, de existir una errada denominación comercial errada ¿ Cuáles serían los efectos que causaría a la industria alimentaria?</p>	6				
<p>¿De qué manera considera usted que la publicidad engañosa vulnera la denominación comercial en el registro sanitario?</p>	7				
<p>Según el Decreto Legislativo 1044 "<i>Ley de Represión de la competencia desleal</i>" que se encarga de sancionar la publicidad engañosa considera usted que la sanción es proporcional al daño causado en la denominación comercial del registro sanitario de manera que genera publicidad engañosa ¿Por qué?</p>	8				
<p>Teniendo en cuenta el Decreto Legislativo 1565 "<i>Ley general de mejora de la calidad regulatoria</i>" ¿Considera usted que se debería aplicar la simplificación administrativa al momento de evaluar las solicitudes de registro sanitario teniendo en cuenta que una errada denominación comercial genera la publicidad engañosa?</p>	9				

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador: Reyna Ferreyros Jose Antonio

Especialidad del validador: Derecho de Empresa

Lima, ...19... de ...09... de 2023

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



JOSÉ ANTONIO REYNA-FERREYROS
ABOGADO
REG. C.A.C. 6999

Firma del Experto validador

Evaluación por juicio de expertos

Respetado Juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento de "Guía de entrevista". La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al que hacer jurídico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez:

Nombre del juez (validador):	Carlos Rafael Velarde Aliaga	
Grado profesional:	Maestría (X)	Doctor ()
Área de formación académica:	Clínica ()	Social ()
	Educativa (✓)	Organizacional ()
Áreas de experiencia profesional:	Docente Universitario	
Institución donde labora:	Universidad César Vallejo	
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años ()	Más de 5 años (X)
Experiencia en Investigación Jurídica: (si corresponde)	Derecho Empresarial	

1. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

2. Datos de la escala Técnica de la entrevista

3.

Nombre de la Prueba:	Guía de entrevista
Autor(a)(es):	Karol Yanelly Diaz Alvarez
Procedencia:	Lima - Perú
Administración:	Propia
Tiempo de aplicación:	60 minutos
Ámbito de aplicación:	Lince
Significación:	La investigación tiene como categoría 1: Acuerdos Interinstitucionales en la denominación comercial , con subcategorías: Conflicto de competencia y Abuso de posición ; como categoría 2 Competencia de alimentos y bebidas industriales , con subcategorías: Competencia desleal y Publicidad engañosa ; cuyo objetivo general es, Explicar de qué manera la falta de acuerdos interinstitucionales afecta la denominación comercial y competencia de alimentos y bebidas industrializadas Lince, 2022

4. Soporte teórico

Escala/ÁREA	Sub categorías	Definición
Acuerdos Interinstitucionales en la denominación comercial	Conflicto de competencias Abuso de posición	Es un convenio que puede ser regido por el derecho internacional o por el ordenamiento interno de las instituciones públicas, se rige bajo acuerdos que no estén estipulados en el art 56 de nuestra carta magna" (Mezarina, 2019)
Competencia de alimentos y bebidas industriales	Competencia desleal Publicidad engañosa	"La competencia se encuentra regulada en el Reglamento de Funciones de cada entidad, al respecto los conflictos surgidos por actos de las entidades públicas, por acción u omisión vulneran el ordenamiento legal en perjuicio del administrado (Pejoves, 2014)

5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento la guía de entrevista elaborada por Karol Yanelly Diaz Alvarez en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores a fin de que califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.

RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brindemos observaciones que considere pertinente

1. No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Categorías y subcategorías del instrumento:

Categorías	Subcategorías
Acuerdos Interinstitucionales en la denominación comercial	Conflicto de competencias
	Actos de confusión
Competencia de alimentos y bebidas industriales	Competencia desleal
	Publicidad engañosa

- Objetivos de las Categorías y subcategorías: Recabar información de los expertos especialistas en Derecho al Consumidor, así como en Derecho en Propiedad Intelectual, Gestión Pública y Derecho Administrativo con la finalidad de lograr el objeto de estudio, consiguientemente generar teorías emergentes pertinente al estudio.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
¿De qué manera considera usted que la falta de acuerdos interinstitucionales entre indecopi y digesa afecta la denominación comercial?	1	4	4	4	
¿De qué manera considera Ud. que el establecer acuerdos interinstitucionales entre las entidades beneficia los consumidores y las empresas en lo que respecta a la competencia de alimentos y bebidas industrializadas?	2	3	3	4	
Al establecer un acuerdo interinstitucional entre entidades ¿De qué manera considera que debería ser el procedimiento legal de la obtención del registro sanitario?	3	4	3	4	
Considera que la errada denominación comercial en el registro sanitario emitido por Digesa afecta la leal competencia en la industria alimentaria ¿De qué manera?	4	3	4	4	
Teniendo en cuenta que el abuso de posición de dominio sucede cuando una o más empresas actúan de manera indebida, con el fin de obtener beneficios y causar perjuicios a otros en base un monopolio ¿Considera usted que existe un vacío legal en el sector alimentario, de manera que se genera competencia desleal en el mercado y con ello un abuso de posición de dominio?	5	4	4	3	



Teniendo en cuenta que los términos en la denominación comercial tienen que indicar la verdadera naturaleza del producto, en caso que la industria incumpliera con ello, de existir una errada denominación comercial errada ¿ Cuáles serían los efectos que causaría a la industria alimentaria?	6	4	4	4	
¿De qué manera considera usted que la publicidad engañosa vulnera la denominación comercial en el registro sanitario?	7	4	3	4	
Según el Decreto Legislativo 1044 "Ley de Represión de la competencia desleal" que se encarga de sancionar la publicidad engañosa considera usted que la sanción es proporcional al daño causado en la denominación comercial del registro sanitario de manera que genera publicidad engañosa ¿Por qué?	8	4	4	4	
Teniendo en cuenta el Decreto Legislativo 1565 "Ley general de mejora de la calidad regulatoria" ¿Considera usted que se debería aplicar la simplificación administrativa al momento de evaluar las solicitudes de registro sanitario teniendo en cuenta que una errada denominación comercial genera la publicidad engañosa?	9	4	4	3	

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Hay suficiencia, se puede aplicar.

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador:

Velazco Alvarado Carlos

Especialidad del validador:

Psicología del Intelectual

Lima, ...26... de ...09... de 2023

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



Firma del Experto validador