

FACULTAD DE DERECHO

ESCUELA ACADEMICA PROFESIONAL DE DERECHO



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

LA DIFERENCIACIÓN QUE HACE LA NORMA DE LOS ACTOS DE CONFUSIÓN Y LOS ACTOS DE EXPLOTACIÓN A LA REPUTACIÓN AJENA.

TESIS PARA OBTENER EL TITULO PROFESIONAL DE DERECHO

AUTOR:

RENATO JOAO MASSA BALLON.

ASESOR:

RAFAEL VELARDE ALIAGA

LINEA DE INVESTIGACION:

DERECHO DE COMPETENCIA DESLEAL

LIMA – PERU

2014-I

Página del jurado:

Presidente

Secretario

Vocal

Dedicatoria:

El presente trabajo de investigación se lo dedico a mis padres y hermanos por el infinito apoyo
brindado durante toda mi vida.

Agradecimiento:

Agradezco el apoyo brindado por mi asesor de proyecto de tesis el Dr. José Reyna Ferreyros y mi asesor de desarrollo de tesis el Dr. Rafael Velarde Aliaga, ya que gracias al asesoramiento de ellos el presente trabajo de investigación se ha realizado.

Declaratoria de autenticidad:

Yo, Renato Joao Massa Ballón con DNI N° 42290465, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Derecho, Escuela Escuela Académico Profesional De Derecho, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

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 de la Universidad César Vallejo.

Renato Joao Massa Ballón

PRESENTACION:

Señores miembros del Jurado: En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “La diferenciación que hace la norma de los actos de confusión y los actos de explotación a la reputación ajena”, actos descritos en los artículos 9° y 10° respectivamente de la Ley N° 1044 “Ley de Represión de la Competencia Desleal”, los cuales presentan gran similitud en su descripción de acciones cometidas respecto a competencia desleal que se puede dar dentro de un mercado empresarial u comercial y basándome en un precedente de observancia obligatoria sobre estos tipos de actos que es la Resolución N° 1091-2005/TDC-Indecopi – Exp: N° 104-2004/CCD; y proponiendo que estos dos artículos se apliquen de manera conjunta cuando se presente un caso concreto de acto de confusión o un acto de explotación a la reputación ajena; la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Abogado

INDICE

CARATULA	
Dedicatoria	
Agradecimiento	
Declaratoria de autenticidad	
Presentación	
Índice	
RESUMEN	
ABSTRACT	
I. INTRODUCCION.....	13
II. PROBLEMA DE INVESTIGACION.....	15
2.1. Aproximación temática.....	21
2.2. Formulación del Problema de investigación.....	28
2.3. Justificación	
2.4. Relevancia.....	29
2.5. Contribución	
2.6. Objetivos.....	30
2.6.1. Objetivo General	
2.6.2. Objetivo Especifico	
2.7. Hipótesis	
III. MARCO METODOLOGICO.....	31
3.1. Metodología	
3.1.1. Tipo de estudio	
3.1.2. Diseño	
3.2. Escenario de Estudio	
3.3. Caracterización de sujetos.....	32
3.4. Trayectoria metodológica	
3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	
3.6. Tratamiento de la información	

IV. RESULTADOS.....	33
4.1. Descripción de resultados.....	44
V. DISCUSION.....	45
VI. CONCLUSIONES.....	46
VII. RECOMENDACIONES.....	47
VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	48

RESUMEN DEL TRABAJO DE INVESTIGACION

Planteamiento del Problema.

Este tema versa sobre la manera como la Ley 1044 define los actos de confusión y los actos de explotación indebida de la reputación ajena, dentro de la competencia desleal. Asimismo se analizará la aplicación que se da a estos dos artículos en nuestra legislación con el objetivo de determinar si el acto de confusión conlleva a defender los mismos derechos que los actos de explotación a la reputación ajena y si estos actos se encuentran dentro de los actos de explotación de la reputación ajena, como cuando se aplicaba la antigua Ley 26122 sobre represión de competencia desleal.

La competencia desleal se regula y se aplica a los empresarios y a cualquier persona que participe en el mercado cuyos intereses económicos resulten directamente perjudicados o amenazados por el acto de competencia ya que para que se cumpla un acto de competencia desleal deben cumplirse dos condiciones: que el acto se realice en el mercado, es decir que se trate de un acto con trascendencia externa o que se lleve a cabo con fines concurrenciales es decir que el acto tenga por finalidad promover o asegurar la difusión en el mercado de las prestaciones propias o de un tercero.

Si bien existe una cláusula general que considera desleal todo comportamiento que resulte gravemente contrario a las exigencias de la buena fe, la ley concreta como actos de competencia desleal a los actos de confusión la cual tiene actuaciones dirigidas a hacer creer al comprador o consumidor que el producto ofrecido tiene un origen o composición distinto al real, origen que por su reconocimiento o prestigio del fabricante, lo haría más apetecible para el consumidor; se crea así confusión con la actividad, las prestaciones o el establecimiento ajeno. No es necesario que las prestaciones sean absolutamente idénticas; lo que importa para la Ley 1044 es evitar al consumidor corriente, a cualquier clase de confusión en el momento de elegir el producto.

Asimismo la explotación de la reputación ajena se considera desleal cuando existe un aprovechamiento indebido, en beneficio propio o ajeno, de las ventajas de la reputación comercial o profesional adquirida por otra empresa en el mercado. En particular se reputa desleal el empleo de signos distintivos ajenos o de denominaciones de origen falsas acompañadas de la indicación acerca

de la verdadera procedencia del producto o de expresiones tales como modelos, sistema, tipo, clase y similares.

La doctrina señala que la confusión desleal no está llamada a duplicar la protección que dispensa el derecho a la transparencia del mercado, por lo cual los actos de competencia desleal por confusión no se refieren propiamente al análisis de confundibilidad entre los signos distintivos de los productos de los competidores, toda vez que la situación se encuentra sancionada por un régimen específico, sino a la confusión que aquellos actos pudieran producir en el consumidor en lo que concierne al establecimiento, los productos o la actividad económica de un competidor determinado, impidiéndole elegir debidamente, según sus necesidades, razón por la cual se asimila a los actos indebidos vinculados con la reputación de otro agente económico, como lo es el aprovechamiento indebido, en beneficio propio o ajeno, de las ventajas de la reputación comercial o profesional adquirida por otro en el mercado, por eso se le llama desleal el empleo de signos ajenos y utilizados por otra empresa.

ABSTRACT

This topic is about how the 1044 Act defines the acts of confusion and acts of unfair exploitation of another's reputation within the unfair competition. The application given to these two items in our legislation in order to determine whether the act of confusion leads to the same rights to defend acts of exploitation to the reputation of others and if these acts are also part of the events will be analyzed exploitation of another's reputation, as when the old Law 26122 on repression of unfair competition applied.

Unfair competition is regulated and entrepreneurs and anyone involved in the market whose economic interests are directly affected or threatened by the act of competition as it applies to an act of unfair competition meets two conditions must be met: the act took place in the market, ie the case of an act with external transcendence or carried out with purposes of competition, ie that the act has the purpose to promote or ensure market penetration of in-house services or a third.

While there is a general clause that considers unfair behavior which is seriously contrary to the requirements of good faith, the specific law as acts of unfair competition acts of confusion which has led to actions to convince the consumer that the buyer or product offered has a different origin or composition real, origin for recognition or prestige manufacturer, would make it more palatable to the consumer; confusion with the activity, services or property of others is thus created. It is not necessary that the benefits are absolutely identical; what matters for the 1044 Act is to prevent the ordinary consumer, any kind of confusion when choosing the product.

Also the exploitation of another's reputation is unfair when there is an unfair advantage in their own or another benefit from the advantages of commercial or professional reputation acquired by another company on the market. In particular is deemed unfair employment outside logos or designations of origin accompanied by false indication of the true origin of the product or expressions such as models, system, type, class and the like.

The doctrine states that unfair confusion is not called to double the protection afforded the right to market transparency, whereby acts of unfair competition confusion is not properly refer to the analysis of confusing similarity between the logos of the products competitors, since the situation

is attested by a specific regime, but the confusion that those actions might have on the consumer with respect to the establishment, the goods or economic activity of a specific competitor, preventing choose properly, according to your needs, why is treated as misconduct related to the reputation of another operator, as is the unfair advantage in their own or another benefit from the advantages of commercial or professional reputation acquired by another in the market, so they called unfair employment outside signs and used by another company.