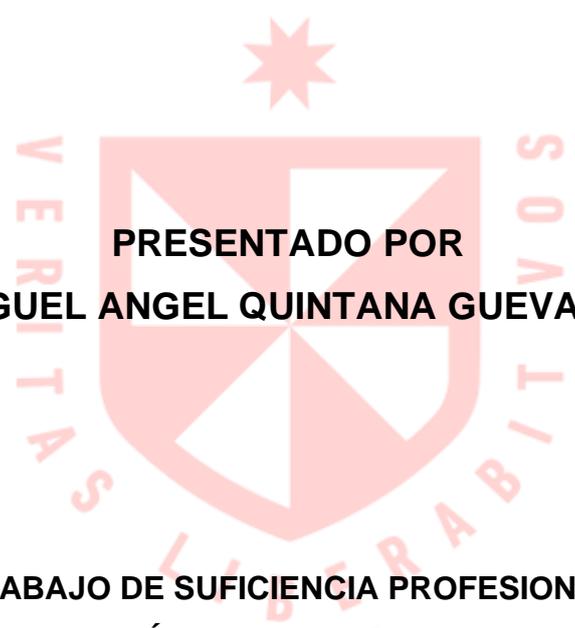


FACULTAD DE DERECHO

**INFORME JURÍDICO DE EXPEDIENTE
ADMINISTRATIVO N° 259-2020/CCD**



**PRESENTADO POR
MIGUEL ANGEL QUINTANA GUEVARA**

**TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL
PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE ABOGADO**

LIMA – PERÚ

2023

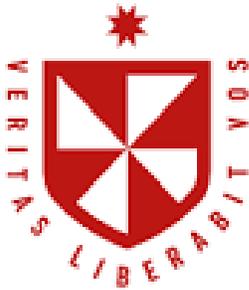


CC BY-NC-ND

Reconocimiento – No comercial – Sin obra derivada

El autor sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede cambiar de ninguna manera ni se puede utilizar comercialmente.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTÍN DE PORRES

Facultad
de Derecho

Trabajo de Suficiencia Profesional para optar el Título de Abogado

Informe Jurídico sobre Expediente N° 259-2020/CCD

Materia : **COMPETENCIA DESLEAL**

Entidad : **INDECOPI**

Bachiller : **MIGUEL ANGEL QUINTANA GUEVARA**

Código : **2016111203**

LIMA – PERÚ

2023

El presente informe realiza un análisis pormenorizado de los aspectos jurídicos relevantes en el Expediente N.º 259-2020/CCD entre Cámara Peruana de Comercio Exterior y Cámara de Comercio Exterior, por la presunta infracción en materia de Competencia Desleal en la modalidad de i) Actos de engaño y ii) Actos de confusión conforme a los artículos 8 y 9 del Decreto legislativo N.º 1044, Ley de Represión de la Competencia Desleal; a partir de los hechos acontecidos en el año 2019 en adelante, donde CAMEX alega que CCE ha cometido actos de Competencia Desleal en las modalidades mencionadas y por ende ha afectado el proceso competitivo y en particular directamente a CAMEX y su ámbito de competencia, todo ello en base a las acciones de posicionamiento de marca, publicidad, registro marcario, utilización de know-how y entre otras; realizadas por CCE.

El presente trabajo, tiene como principales objetivos i) delimitar si en el caso concreto INDECOPI analizó correctamente los hechos que desembocaron la denuncia de comisión de actos de confusión por parte de CCE, ii) la objetividad de las afirmaciones como precepto legal para la determinación de actos de engaño, iii) logrará dilucidar la potencial afectación que puede lograr el uso de denominaciones frecuentes en el mercado y iv) finalmente, instará la importancia de relacionar los hechos con el derecho en aras de denunciar la comisión de actos de competencia desleal.

Finalmente, concluiremos en que la resolución de la autoridad se ciñe a los hechos y fundamentos jurídicos revelados por las partes, pero que muchas veces se deja de lado el análisis de preceptos legales, modalidades ilícitas concernientes a nuevas tecnologías y las conclusiones que se pueden arribar con los criterios aportados por la misma.

NOMBRE DEL TRABAJO

QUINTANA GUEVARA.docx

RECUENTO DE PALABRAS

8678 Words

RECUENTO DE PÁGINAS

28 Pages

FECHA DE ENTREGA

Nov 2, 2023 9:34 AM GMT-5

RECUENTO DE CARACTERES

47301 Characters

TAMAÑO DEL ARCHIVO

86.3KB

FECHA DEL INFORME

Nov 2, 2023 9:35 AM GMT-5**● 13% de similitud general**

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos.

- 12% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 9% Base de datos de trabajos entregados
- 4% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Material citado
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 10 palabras)



USMP | FACULTAD DE DERECHO
Dr. GINO RIOS PATIO
Director del Instituto de Investigación Jurídica

GRP/
REB

INDICE

CAPITULO I: RELACIÓN DE LOS PRINCIPALES HECHOS EXPUESTOS POR LAS PARTES INTERVINIENTES EN EL PROCEDIMIENTO	5
1.1. Denuncia de parte ante la Comisión de Fiscalización de la Competencia desleal	5
1.1.1. Trazabilidad de la marca comercial “CAMEX”	5
1.1.2. Denominación “CAMEX” y logotipo como marca registrada.....	5
1.1.3. Efecto real de confusión con CCE	5
1.1.4. Identidad de la marca CCE	6
1.1.5. Actos de Mala Fe Empresarial perpetrados por CCE.....	6
1.2. Resolución de admisión a trámite e imputación de cargos de la Comisión de Fiscalización de la Competencia desleal.....	7
1.3. Escrito de descargo de CCE	8
1.3.1. Descargos a la imputación de actos de engaño.....	8
1.3.2. Descargos a la imputación de actos de confusión	9
1.4. Resolución de nueva formulación de imputación de cargos de la Comisión de Competencia Desleal.....	10
1.5. Escrito de descargos de CCE por la nueva imputación de cargos	10
1.6. Escrito de descargos de CAMEX por la nueva imputación de cargos	11
1.7. Resolución final emitida por la Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal	11
1.8. Recurso de Apelación presentado por CAMEX.....	12
1.8.1. Resolución de la Comisión no aborda origen de CCE	12
1.8.2. CCE realiza diversos actos de imitación	13
1.8.3. CCE no cuenta con sedes en otros países	13
1.8.4. CCE no respetó la cláusula de confidencialidad	13
1.9. Resolución final emitida por la Sala Especializada en Defensa de la Competencia	13
CAPITULO II: IDENTIFICACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS PRINCIPALES PROBLEMAS JURÍDICOS DEL EXPEDIENTE.....	14
2.1. La autoridad no aplicó criterio de determinación de objetividad de las afirmaciones hechas por el denunciado, ¿Se vulnera el principio de predictibilidad?.....	14
2.1.1. Identificación del problema:	14
2.1.2. Análisis del problema:.....	15
2.2. La autoridad no valoró la actuación del denunciado, ni los medios probatorios aportados por el denunciante para evidenciar el efecto real de confusión provocado	

en el mercado, ¿Por qué la autoridad no consideró el efecto real y la actuación del denunciado en su análisis?.....	15
2.2.1. Identificación del problema:	15
2.2.2. Análisis del problema:.....	15
2.3. La autoridad reconoce expresamente que la denominación utilizada por el denunciado es frecuentemente usada en el mercado, bajo este supuesto, ¿Por qué no consideró que el uso de la denominación tachada como frecuente, afecta el proceso competitivo?	16
2.3.1. Identificación del problema	16
2.3.2. Análisis del problema.....	16
2.4. El denunciante alude a la mala fe empresarial del denunciado y el incumplimiento de un deber de confidencialidad, ¿Por qué la autoridad no lo tomó en cuenta en su resolución?	16
2.4.1. Identificación del problema	17
2.4.2. Análisis del problema.....	17
CAPITULO III: POSICIÓN FUNDAMENTADA SOBRE PROBLEMAS JURÍDICOS IDENTIFICADOS.....	17
3.1. La autoridad no aplicó criterio de determinación de objetividad de las afirmaciones hechas por el denunciado, ¿Se vulnera el principio de predictibilidad?.....	17
3.2. La autoridad no valoró la actuación del denunciado, ni los medios probatorios aportados por el denunciante para evidenciar el efecto real de confusión provocado en el mercado, ¿La autoridad debió consideró el efecto real y la actuación del denunciado en su análisis?.....	19
3.3. La autoridad reconoce expresamente que la denominación utilizada por el denunciado es frecuentemente usada en el mercado, bajo este supuesto, ¿Por qué no consideró que el uso de la denominación tachada como frecuentemente usada, afecta el proceso competitivo?.....	23
3.4. El denunciante alude a la mala fe empresarial del denunciado y el incumplimiento de un deber de confidencialidad, ¿Por qué la autoridad no lo tomó en cuenta en su resolución?	24
CAPITULO IV: POSICIÓN FUNDAMENTADA SOBRE LAS RESOLUCIONES EMITIDAS	25
CAPITULO V: CONCLUSIONES	27
CAPITULO VI: BIBLIOGRAFÍA	27

CAPITULO I: RELACIÓN DE LOS PRINCIPALES HECHOS EXPUESTOS POR LAS PARTES INTERVINIENTES EN EL PROCEDIMIENTO

1.1. Denuncia de parte ante la Comisión de Fiscalización de la Competencia desleal

Con fecha 14 de diciembre de 2020, Cámara Peruana de Comercio Exterior (en adelante, "CAMEX") denunció a Cámara de Comercio Exterior (en adelante, "CCE") ante la Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal (en adelante, la Comisión") por la presunta realización de actos de competencia desleal en la modalidad de i) Actos de engaño y ii) Actos de confusión, tipificados según artículos 8 y 9 del Decreto Legislativo N.º 1044, Ley de Represión de la Competencia Desleal (en adelante, "Ley").

Fundamentándose en los siguientes argumentos:

1.1.1. Trazabilidad de la marca comercial "CAMEX"

La empresa alega que inició actividades desde el 25 de mayo de 2011, como una asociación civil sin fines de lucro, con el primigenio objetivo de promover la internalización de las Pymes. La actividad comercial promovida por CAMEX se basa en la comercialización de soluciones integradas, capacitaciones presenciales y virtuales, cursos en materias de edición, grabación, gestión académica, gestión empresarial, entre otros.

Por último, cabe resaltar que son una ONGD certificada y cuentan con un convenio suscrito con Pearson, representante de Microsoft para acreditaciones y exámenes internacionales, para ofrecer Certificaciones oficiales e internacionales en programas de capacitación, como por ejemplo los programas enfocados en la herramienta de ofimática Excel.

1.1.2. Denominación "CAMEX" y logotipo como marca registrada

Con fecha 13 de febrero de 2014 (Según resolución N.º 002464-2014/DSD), CAMEX obtuvo la marca mixta "CAMEX Cámara Peruana de Comercio Exterior" aunado al logotipo presentado en el expediente.

1.1.3. Efecto real de confusión con CCE

Con fecha 17 de octubre de 2019, INDECOPI realizó una fiscalización en las instalaciones de CAMEX por la denuncia de presuntos alumnos de su institución, los mismos que, según informe final de INDECOPI, se concluyó que en realidad eran alumnos de la razón social CAMARA DE COMERCIO INTERNACIONAL DE EDUCACIÓN EXTERIOR S.A.C, la misma que, CCE utiliza (entre otras) para operar en el mercado. Adicional a ello, CAMEX alega que CCE ha plagiado la denominación de su curso “Excel Empresarial” y que, en consecuencia, ha recibido múltiples quejas de consumidores que creyeron que eran la misma institución.

1.1.4. Identidad de la marca CCE

CAMEX adjunta a su denuncia, material publicitario diverso, certificaciones y dominio de página web, para afirmar que la denunciada utiliza la denominación marcaria “Cámara de Comercio Exterior”. Además de ello, califica como indebida la afirmación de que los certificados de culminación de curso expedidos por CCE tienen validez internacional, al alegar que no cuentan con respaldo de alguna institución internacional, ni acreditación de Microsoft y, en consecuencia, estaría incurriendo en publicidad engañosa, al exponer dichas afirmaciones a sus consumidores.

1.1.5. Actos de Mala Fe Empresarial perpetrados por CCE

CAMEX, en base a la alerta emitida por las quejas de los alumnos y las comunicaciones realizadas por INDECOPI, indagó a las personas detrás de CCE y encontró que la Gerente General de CCE, es la misma persona que actuó como representante legal de la razón social que suscribió un Contrato de Servicios de Telemarketing con ellos el primero de marzo del 2018, con la finalidad de que comercien el curso de “Excel Empresarial” de titularidad de CAMEX (en adelante, la “Representante”), lo cual implicaba que se le otorgue acceso y se le capacite en las estrategias comerciales para vender el producto, manejo del aula virtual, información confidencial directamente vinculada a su modelo de negocio y en general todo el *know how* necesario para que llevara a cabo el objeto del Contrato.

En línea con el párrafo anterior, al término del contrato comercial, la Representante creó un dominio web llamado www.camaracomercioexterior.org para continuar con el modelo de negocio de venta de cursos virtuales, aparentemente ocultando su identidad, ofreciendo

únicamente medios de pago digital como *paypal*, pago efectivo, entre otros; todo ello en perjuicio de la buena fe empresarial utilizando la información proporcionada por CAMEX para crear un modelo de negocio que resulta idéntico al de la denunciante e incumpliendo a cabalidad la cláusula denominada Seguridad de la Información del Contrato de Telemarketing, mediante la cual se mantenía la obligación de guardar estricta reserva y absoluta confidencialidad sobre toda la información que se le fue otorgada en virtud de dicho contrato, hasta por 03 años, la misma que inclusive en su tenor, ordenaba borrar, eliminar o destruir toda la información de la memoria *hardware* otorgada por CAMEX.

Adicional a lo anteriormente expuesto, CAMEX aduce el plagio de visibilidad en internet que CCE estaba realizando, afirmación que se traduce en que CCE aparentemente contrataba los servicios de publicidad patrocinada ofrecidos por Google Ads utilizando *keywords* de la competencia para que al momento de escribir en el motor de búsqueda “Cámara peruana de Comercio Exterior” lo primero que aparecía es un anuncio de CCE con la etiqueta de publicidad pagada. Hecho que posteriormente se denunció ante Google, respondiendo esta última, que requería de un documento oficial de una autoridad para tomar acciones.

1.2. Resolución de admisión a trámite e imputación de cargos de la Comisión de Fiscalización de la Competencia desleal

Con fecha 28 de enero de 2021, la Secretaría Técnica de la Comisión emitió su resolución de admisión a trámite de la denuncia efectuada por CAMEX, bajo el Expediente N° 259-2020/CCD, mediante la cual, imputó a CCE la presunta comisión de: i. actos de competencia desleal en la modalidad de engaño, supuesto establecido en el art. 8 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal, debido a que vendría informando que el certificado que emitiría en sus cursos tendría validez internacional y que sería certificada por Microsoft, cuando dichas afirmaciones no sean ciertas; y ii. actos de competencia desleal en la modalidad de confusión, supuesto establecido en el art. 9 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal, debido a que vendría desarrollando su actividad comercial reproduciendo elementos característicos e iguales a los utilizados por CAMEX, tales como la denominación “Cámara de Comercio exterior”, en la página web de titularidad de CCE denominada <https://www.camaracomercioexterior/>, en la *fanpage* www.facebook.com/CamaradeComercioExterior/ y en la certificación que se encontraba emitiendo. Asimismo, habría aparentemente plagiado el nombre del curso “Excel

Empresarial”, conjuntamente con la denominación “Cámara de Comercio Exterior” en su sitio web; todo ello induciendo a error a los consumidores respecto del origen empresarial del servicio prestado por CCE, toda vez que ello podría inducir a los consumidores a creer que los servicios eran prestados por CAMEX, cuando ello no sería veraz.

1.3. Escrito de descargo de CCE

Con fecha 08 de marzo de 2021, CCE presenta un escrito apersonándose al procedimiento administrativo y presentando su descargo ante la Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal del INDECOPI, por la presunta infracción a normas de la represión de la competencia desleal en los siguientes términos:

1.3.1. Descargos a la imputación de actos de engaño

Sobre el anuncio publicado en la web perteneciente a CCE, que contiene la siguiente afirmación “CERTIFÍCATE CON LA CÁMARA DE COMERCIO EXTERIOR, Aprende con los mejores profesores internacionales y obtén la certificación de la cámara de comercio exterior”, CCE rechaza absolutamente su falsedad, puesto que CCE actúa en el mercado educativo ofreciendo cursos de diversas materias al público en general, los cuales una vez culminados ofrecen certificación emitida por dicha institución al alumnado. Además de ello, menciona que cuenta con un profesor español, el cual es especialista en Microsoft office, según lo indicado en su perfil de LinkedIn.

En línea con lo mencionado anteriormente, CCE expone que la afirmación hecha en su portal web que indica lo siguiente: “Ahora agrega tu **certificado internacional** a tu perfil de LinkedIn”, no faltaría a la verdad, pues efectivamente todos sus alumnos/consumidores luego de aprobar un determinado curso, se les otorga un certificado digital emitido por la Dirección de Educación Continua de la Cámara de Comercio Exterior; en adición a ello, afirma que la calidad de internacional que CCE le otorga a sus certificaciones, tiene cabida en que su institución tiene sedes en distintos países como México, Ecuador, Panamá, Costa Rica y Colombia y que la Comisión debe tener en cuenta que las certificaciones, son meras evidencia de los conocimientos adquiridos y que no se debería limitar la exposición únicamente en el territorio que tuvo origen, sino que donde el portador lo vea conveniente.

Por otro lado, a propósito de la imputación de la certificación con respaldo de Microsoft, CCE afirma que los certificados que emite y su contenido no faltan a la verdad, ya que efectivamente se le otorga a todos sus alumnos que hayan culminado las 534 clases prácticas satisfactoriamente, en los niveles básico, intermedio y avanzado de Microsoft Excel, corroborando su destreza en la materia dictada y otorgándole la mención de “Especialista en Microsoft Excel”; certificación que no necesitaría validez emitida por la empresa Microsoft, pues cada institución que imparte cualquier materia relacionada a programas de computadora de Microsoft Office cuenta con su propia modalidad de enseñanza.

1.3.2. Descargos a la imputación de actos de confusión

Sobre la imputación de actos de competencia desleal en la modalidad de confusión, debido a que CCE vendría desarrollando su actividad comercial replicando elementos iguales y fundamentales utilizados por CAMEX, como i. La denominación “Cámara de Comercio Exterior” y ii. el nombre del curso “Excel Empresarial”; cabe mencionar que las denominaciones “CAMARA DE COMERCIO” y “COMERCIO EXTERIOR”, son frecuentemente utilizadas para distinguir empresas que participan en las actividades comerciales de educación, por lo cual no podría provocar error en el consumidor como se viene alegando. El uso diverso de dichas denominaciones se puede corroborar con una simple revisión de las marcas registradas ante INDECOPI con los términos “CAMARA, COMERCIO y EXTERIOR” en el sector educación, identificado según la Clasificación Internacional de Niza en la Clase 41. Aunado a ello, en las redes sociales de común uso como la plataforma Facebook, se pueden encontrar diversas *fanpage* que utilizan los términos anteriormente mencionados.

En línea con lo expuesto en el párrafo anterior, CCE expone que CAMEX se opuso al registro de su signo distintivo sin éxito, resolviendo la autoridad otorgándole el registro a CCE. Adicional a ello, remarca lo mencionado por la Comisión de Signos Distintivos del INDECOPI en el punto 3.3.2. de la resolución N° 19-2021/CDS-INDECOPI que indica: “Corresponde dejar establecido que la denominación CÁMARA DE COMERCIO y/o COMERCIO EXTERIOR que forma parte de los signos en conflicto, se encuentra presente en marcas registradas a favor de terceros en la clase 41 de la Clasificación internacional, conforme se advierte en el informe de antecedentes, resultando una expresión frecuente

en dicha clase, por lo que su presencia en el signo solicitado no será determinante para la existencia de semejanzas o diferencias entre los signos en conflicto”.

Ahora, respecto del supuesto plagio de la denominación “Excel Empresarial”, CCE alega que existe una cantidad importante de empresas que también usan el mismo nombre comercial para impartir el servicio educativo en la plataforma de Microsoft Excel, adjuntando diversas páginas web de empresas que ofrecen dicho servicio.

1.4. Resolución de nueva formulación de imputación de cargos de la Comisión de Competencia Desleal

Con fecha 05 de octubre de 2021, la Secretaría Técnica de la Comisión emitió una resolución mediante la cual formuló una nueva imputación a CCE, puesto que, según explicación de la Comisión, era necesario detallar en la primera imputación, el medio o soporte a través del cual la imputada vendría difundiendo el mensaje cuestionado, por lo que la mencionada imputación, se estableció de acuerdo a los siguientes términos: i. actos de competencia desleal en la modalidad de engaño, supuesto establecido en el art. 8 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal, debido a que vendría difundiendo un anuncio a través de la página <https://cursos.camaracomercioexterior.org/ExcelProfesionalORG>, dando a entender que el certificado que emiten una vez completados sus cursos, tendría validez internacional y que sería certificada por Microsoft, cuando dichas afirmaciones no serían ciertas. Adicional a ello, otorgó a las partes un plazo adicional, según ley, para formular descargos.

1.5. Escrito de descargos de CCE por la nueva imputación de cargos

Con fecha 25 de noviembre de 2021, CCE presentó un escrito de descargos en base a la nueva imputación de cargos hecha por la comisión, mediante la cual presentó los mismos argumentos acompañados de los mismos medios probatorios, variando únicamente lo siguiente: i. Sobre las imputaciones basadas en la certificación de Microsoft para emitir certificados de los cursos que imparten, CCE presenta un convenio suscrito con CERTIPORT, entidad internacional que se encarga de proveer de calificación y certificación Microsoft Specialist (MOS), de fecha 13 de octubre de 2021, rechazando las imputaciones en ese sentido; ii. Sobre las alegaciones de que la denominación “Cámara Exterior” es

frecuente en la clase 41 de la Clasificación Internacional de Niza, CCE cita la resolución del Tribunal de la Propiedad Industrial N° 1233-2021/TPI-INDECOPI, mediante la cual declararon INFUNDADA la oposición presentada por CAMEX.

1.6. Escrito de descargos de CAMEX por la nueva imputación de cargos

Con fecha 20 de diciembre de 2021, CAMEX presentó un escrito de descargos en base a la nueva imputación de cargos hecha por la Comisión, mediante la cual presentó los siguientes argumentos: i. Adiciona a sus descargos, alegaciones correspondientes al riesgo de confusión marcario, afirmando que el riesgo de confusión está referido a la posibilidad que tiene el público consumidor o usuario de ser inducido a error o equivocación respecto de un producto o servicio o al origen empresarial de los mismos y que por lo tanto, en el caso concreto, existe identidad y vinculación entre los productos que distinguen los signos de las partes involucradas en el proceso. Además de ello, sugiere nuevamente que CCE estaría causando confusión a los alumnos con el uso de su nombre comercial y la denominación del curso “Excel Empresarial”, hecho que debería ser sancionado, pues CAMEX cuenta con más de 10 años de experiencia en el mercado, que CCE, mediante el uso de las denominaciones mencionadas, estaría utilizando a su favor; ii. Solicita una medida cautelar, para que CCE deje de utilizar su marca indebidamente, fundamentando su pedido en que CCE no cuenta con titularidad de la marca, por lo que se evidencia la existencia de derechos infringidos.

1.7. Resolución final emitida por la Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal

A través de la Resolución N° 12-2022/CCD-INDECOPI del 12 de abril de 2022, la Comisión de Fiscalización de Competencia Desleal declaró infundada la imputación de cargos emitida por la Secretaria Técnica de la Comisión, de acuerdo con los siguientes fundamentos:

- (i) Sobre la imputación de la presunta comisión de actos de competencia desleal en la modalidad de engaño, con respecto a la difusión de un anuncio a través de la página web de CCE, dando a entender a los consumidores que emitiría un certificado con validez internacional y acreditación de Microsoft, la Comisión considera, con base a un análisis superficial e integral del anuncio, que no existe manifestación o vínculo en

el que se evidencie que CCE difundía la idea de que la Empresa Microsoft respaldaba el certificado otorgado a la culminación del Curso “Excel Empresarial” y sobre la afirmación de que la certificación tiene validez internacional, la Comisión advirtió que efectivamente CCE tiene oficinas en los países de México, Ecuador, Panamá, Costa Rica y Colombia y además, cuenta con el respaldo de un docente de nacionalidad española, por lo que ello sería suficiente para probar la veracidad de la afirmación.

- (ii) Sobre la imputación de la presunta comisión de actos de competencia desleal en la modalidad de confusión, con respecto a que CCE vendría participando en el mercado, reproduciendo elementos similares y característicos de CAMEX, la Comisión advierte que ni el uso de la denominación “Cámara de Comercio” utilizado en el nombre comercial de CCE, ni el nombre del curso “Excel Empresarial” inducirían a error a los consumidores, en la medida que la denominación y el nombre del curso impartido por CCE, vienen siendo utilizados, en similares términos, en el mercado por distintas empresas que brindan servicios de educación, calificando dichas denominaciones como frecuentes para distinguir servicios educativos, capacitación, formación, instrucción y servicios de educación en línea.

1.8. Recurso de Apelación presentado por CAMEX

Con fecha 12 de mayo de 2022, CAMEX apeló la Resolución N° 12-2022/CCD-INDECOPI, reiterando los argumentos que expuso en sus descargos y aportando medios probatorios sobre las conclusiones arribadas por la Comisión para desestimar sus pretensiones, en los siguientes términos:

1.8.1. Resolución de la Comisión no aborda origen de CCE

CAMEX alega que, a pesar de haber informado a la Comisión, que los actos de competencia desleal perpetrados por CCE, se producen a raíz del Contrato de Telemarketing suscrito con Bemar Ecommerce S.A.C., la cual tenía como representante legal a la misma persona que en la actualidad actúa como tal para CCE, no se han tomado en cuenta, ni han sido considerados para el análisis que ha emitido la Comisión sobre el caso. Todo a ello, a pesar de que CAMEX brindó todo el know-how que requería para llevar a cabo el objeto del Contrato y que la representante legal en cuestión, habría fundado tres

nuevas razones sociales para despistar que se encuentra usando, para beneficio propio, el modelo de negocio aprendido por CAMEX.

1.8.2. CCE realiza diversos actos de imitación

CAMEX advierte que la Comisión no ha fundamentado correctamente los actos de imitación de CCE, considerando que, sobre la base de que CCE ha copiado su modelo de negocio en virtud del know-how adquirido por su representante, viene participando en el mercado utilizando la misma denominación, forma de trabajo, actividad y cursos que CAMEX. Para respaldar su afirmación, adjunta un medio probatorio que evidenciaría una confusión real, siendo una carta oficial remitida por la Municipalidad provincial de San Juan de Lurigancho en la cual sale a relucir el grado de confusión que, hasta una autoridad gubernamental, comete sobre el origen empresarial de los servicios prestados por CCE.

1.8.3. CCE no cuenta con sedes en otros países

CAMEX afirma que, CCE maliciosamente declaró que cuenta con presencia en diversos países, cuando en la realidad ello no sería cierto y lo que en realidad estaría sucediendo, es que CCE adquiere buzones de correo para oficinas virtuales de un proveedor internacional para poder alegar que sus certificados tienen validez internacional.

1.8.4. CCE no respetó la cláusula de confidencialidad

Por último, CAMEX trae a colación la violación de la cláusula de confidencialidad que firmó la Representante cuando suscribieron el Contrato de Telemarketing, ya que como se ha venido exponiendo, la Representante, a través de CCE, ha incumplido las disposiciones de confidencialidad que se acordaron.

1.9. Resolución final emitida por la Sala Especializada en Defensa de la Competencia

A través de la Resolución N° 0150-2022/SDC-INDECOPI del 14 de octubre de 2022, la Sala Especializada en Defensa de la Competencia (en adelante, la "Sala") declaró confirmó la Resolución 12-2022/CCD-INDECOPI en el extremo que declaró INFUNDADA la imputación

de cargos emitida por la Secretaria Técnica de la Comisión, de acuerdo con los siguientes fundamentos:

- (i) Sobre los actos de engaño, la Sala advierte que el anuncio cuestionado por CAMEX manifestaba que los alumnos del curso de Microsoft Excel obtendrían una certificación otorgada por CCE para agregarla en su perfil de LinkedIn como certificado internacional, en base a ello, la Sala confirma la veracidad del carácter “internacional” de los certificados de CCE, apoyada en la premisa de que efectivamente tenía presencia internacional, ya que contaba con oficinas en distintos países, tenía enlistado en su planilla a un profesor internacional y brindaba servicios a alumnos internacionales. Por otro lado, sobre la supuesta certificación de Microsoft para impartir el Curso de Excel, la Sala interpreta que, de los medios probatorios ofrecidos, el anuncio no ofreció un certificado acreditado por la empresa creadora del programa, sino que, por el contrario, ofrecía la emisión de un certificado por la dirección de Educación Continua de CCE.
- (ii) Sobre los actos de confusión, la Sala advierte que la denominación de CCE y el nombre del curso “Excel Empresarial”, no resultan aspectos determinantes para establecer la comisión de actos de confusión contra CAMEX, ya que dichas expresiones son usadas recurrentemente por los competidores en ese mercado, por lo que no podrían, a entender de la Sala, generar por sí mismos, error en los consumidores ni la idea que los servicios impartidos por CCE tienen relación con CAMEX.

CAPITULO II: IDENTIFICACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS PRINCIPALES PROBLEMAS JURÍDICOS DEL EXPEDIENTE

2.1. La autoridad no aplicó criterio de determinación de objetividad de las afirmaciones hechas por el denunciado, ¿Se vulnera el principio de predictibilidad?

2.1.1. Identificación del problema:

Se analizó los fundamentos jurídicos de las resoluciones hechas por la Autoridad en sus dos (2) instancias administrativas y en ninguna de ellas, aplicó el criterio de

determinación de objetividad desarrollado en jurisprudencia, que la misma autoridad lleva utilizando en repetidas ocasiones.

2.1.2. Análisis del problema:

En el presente caso, se desprende que el denunciado, mediante medios publicitarios, manifiesta la idea de que la certificación emitida por la recurrente, tiene carácter de internacional. Bajo esta premisa, tenemos que la autoridad pudo haberse apoyado de la Resolución N° 0363-2014/SDC-INDECOPI, la cual establece criterios para determinar la objetividad de afirmaciones hechas en medios publicitarios, para comprobar si la afirmación mencionada resulta objetiva o si quedaría fuera del ámbito de aplicación del Artículo 8.3 del Decreto Legislativo N° 1044.

2.2. La autoridad no valoró la actuación del denunciado, ni los medios probatorios aportados por el denunciante para evidenciar el efecto real de confusión provocado en el mercado, ¿Por qué la autoridad no consideró el efecto real y la actuación del denunciado en su análisis?

2.2.1. Identificación del problema:

Se evidencia en el fundamento 68 de la Resolución final de la Sala, la postura que toma la autoridad frente a las alegaciones del denunciante de que existió un efecto real de confusión, desestimándolas en su totalidad. Asimismo, de un análisis crítico de las dos (2) imputaciones emitidas por la Comisión, la autoridad obvió considerar como parte de la actividad desleal del denunciado, su actividad publicitaria en internet.

2.2.2. Análisis del problema:

Se desprende de la denuncia emitida por CAMEX, de los escritos posteriores y del escrito de apelación a la resolución final de la Sala, que la intención del denunciante es evidenciar el efecto real de confusión que produce la similitud entre los signos y la participación del denunciado en el mercado, para lo cual aporta medios probatorios alusivos a la confusión que promueve en varios agentes. Sin embargo, la Comisión no consideró relevante pronunciarse sobre ese extremo y la Sala en el fundamento

68 de su Resolución final, se limita a indicar que dicha confusión se produce porque los términos son frecuentemente usados en el rubro de negocios.

Además de ello, la autoridad no consideró la premisa que el denunciado se encontraba plagiando la visibilidad del denunciante en internet, a través de publicidad pagada con el nombre del denunciante. Por lo que, en base a lo desarrollado, resulta pertinente analizar y determinar si deben ser considerados como parte del análisis de la autoridad para determinar la existencia de actos de confusión cometidos por el denunciado.

2.3. La autoridad reconoce expresamente que la denominación utilizada por el denunciado es frecuentemente usada en el mercado, bajo este supuesto, ¿Por qué no consideró que el uso de la denominación tachada como frecuente, afecta el proceso competitivo?

2.3.1. Identificación del problema:

Se logra apreciar que, en el noveno párrafo del Artículo 4.2.3. de la resolución de la Comisión y el fundamento 64 de la resolución de la Sala, la propia autoridad identifica los términos “Cámara”, “Comercio Exterior” y “Comercio” como denominaciones frecuentes en el mercado.

2.3.2. Análisis del problema:

Se puede determinar indudablemente que la autoridad reconoce a los términos “Cámara”, “Comercio Exterior” y “Comercio” como términos frecuentemente usados en el rubro de negocios en el que participan las partes del proceso y en particular el denunciado. Bajo esta premisa, se busca determinar si en el caso concreto, la utilización de términos genéricos, resulta suficiente para comprobar la mala fe del denunciado en utilizar dichos términos y lograr hacer caer en error a los consumidores, creyendo que los servicios ofrecidos por éste, tienen el mismo origen empresarial que el denunciante o cualquier otro competidor que utilice signos distintivos similares.

2.4. El denunciante alude a la mala fe empresarial del denunciado y el

incumplimiento de un deber de confidencialidad, ¿Por qué la autoridad no lo tomó en cuenta en su resolución?

2.4.1. Identificación del problema

Se identifica del fundamento jurídico 59 de la resolución de la Sala, que la autoridad, no considera las alegaciones del denunciante, respecto del incumplimiento de un contrato y la violación de su cláusula de confidencialidad.

2.4.2. Análisis del problema

Se logra identificar a partir de la actividad procesal del denunciante, que busca comprobar la mala fe comercial con la que ha actuado el denunciado, apoyándose en la premisa de que la representante legal del denunciado, incumplió un contrato de prestación de servicios y la cláusula de confidencialidad ahí propuesta, que originó todos los presuntos actos de competencia desleal materia del presente proceso. Por lo cual, se busca comprobar si la autoridad omitió de sus análisis, con justa razón dicha información o si debió conducir el proceso considerando dicho argumento, analizando la mala fe comercial como supuesto de infracción de alguna disposición del Decreto Legislativo N° 1044.

CAPITULO III: POSICIÓN FUNDAMENTADA SOBRE PROBLEMAS JURÍDICOS IDENTIFICADOS

3.1. La autoridad no aplicó criterio de determinación de objetividad de las afirmaciones hechas por el denunciado, ¿Se vulnera el principio de predictibilidad?

Al respecto, es importante conceptualizar brevemente el Principio de Predictibilidad recogido en la Ley N° 27444 “Ley del procedimiento administrativo general” y analizar brevemente el criterio de objetividad de las afirmaciones recogido en la Resolución N° 0363-2014/SDC-INDECOPI de la Sala.

Principio de Predictibilidad:

Juan Carlos Morón¹, lo explica de la siguiente manera:

¹ Morón Urbina, Juan Carlos (2019) Comentarios a la Ley del Procedimiento Administrativo General. Décimo

Cumplir con el principio de predictibilidad en la actuación administrativa, exige que las autoridades entreguen información de cada procedimiento que reúna tres calidades: información cierta, información completa e información con el objeto claro de generar en los administrados la expectativa razonablemente fundada sobre cuál ha de ser la actuación del poder en aplicación del Derecho y se retire cualquier riesgo de incertidumbre sobre la manera en que será tramitada y resuelta la situación sometida a la decisión gubernativa. (Morón 2019, p. 132-133)

Asimismo, Guzmán Napurí² identifica las finalidades del Principio de Predictibilidad, siendo la más relevante, para efectos de la investigación, la siguiente:

La primera se concreta en concederle al administrado el hecho de determinar previamente el posible resultado de un procedimiento, lo cual le permitirá elaborar los mecanismos de defensa más adecuados para sus intereses, reduciéndose los costos en los que pueda incurrir en la tramitación de su procedimiento e incentivando de manera inmediata el uso de mecanismos formales para la obtención de beneficios. (Guzmán, 2013, p. 60)

En base a las 2 premisas precedentes, se entiende entonces que el Principio de Predictibilidad busca dotar de seguridad jurídica al ámbito administrativo, asegurando la previsibilidad de la potencial actuación de la autoridad frente a situaciones específicas, siendo así que considero indudable que parte del alcance de dicho principio, gira entorno a la premisa de que los administrados buscan afrontar procedimientos administrativos en base a actuaciones anteriores de la autoridad, séase considerando argumentos jurídicos utilizados por la autoridad para resolver o el desarrollo de criterios para vacíos legales específicos. Como es el caso de la determinación de la objetividad de afirmaciones sujetas al cumplimiento del Decreto Legislativo N° 1044, considerando afirmaciones objetivas a las que cumpliesen con, por lo menos, una de las siguientes condiciones: *“(i) que la afirmación contenga en sí*

Cuarta edición, Gaceta Jurídica, Lima-Perú.

² Guzmán Napurí, Christian (2013) Manual de Procedimiento Administrativo General. Pacífico Editores. Lima-Perú.

misma un parámetro objetivo de comprobación; o, (ii) que se pueda comprobar su veracidad a través de la existencia de un parámetro objetivo y unívoco” (Expediente N° 199-2011/CCD, Fundamento Jurídico 32).

Posición fundamentada:

Con atención a lo desarrollado anteriormente, se desprende que, en base al principio de predictibilidad, CCE pudo haber considerado que la autoridad en las 2 instancias administrativas en las que se desarrolló el caso analizado, aplique el criterio de determinación de objetividad de afirmaciones mencionado en el párrafo precedente, puesto que considero viable y determinante, en todos los casos en que se alega la comisión de actos de competencia desleal en la modalidad de actos de engaño, primero analizar la objetividad de las afirmaciones, caso contrario se estaría creando un debate a partir de afirmaciones que no son sancionables por la norma, lo cual generaría un estado de vulnerabilidad de las partes denunciadas, ya que puede difundir la equivocada idea de que la autoridad busca sancionar afirmaciones que, en principio y en atención al criterio desarrollado, no buscan ser objetivas.

Ahora, en el presente Caso, considero que efectivamente se vulnera el principio de predictibilidad, en la medida que pudo haber sido determinante el examen de objetividad de las afirmaciones imputadas hechas por CCE, ya que considerando las condiciones del criterio desarrollado por la autoridad, el anuncio del carácter “internacional” de las certificaciones emitidas por CCE, no resultarían en el ámbito de aplicación del art. 8 del Decreto Legislativo 1044, ya que, como lo reconoce la propia Sala en su resolución final *“el carácter “internacional” del certificado anunciado no resultaba engañoso, pues Cámara de Comercio acreditó que efectivamente contaba con oficinas virtuales en determinados países como México Colombia, Costa Rica, Panamá y Ecuador, así como con profesores internacionales”* (Expediente 0259-2020/CCD, Fundamento Jurídico 47), comprobando así que, para entender de la Sala, la afirmación sobre el carácter internacional de las certificaciones, tiene por lo menos 2 parámetros objetivos de comprobación, resultando fuera del ámbito de aplicación de la normativa referente a actos de engaño.

3.2. La autoridad no valoró la actuación del denunciado, ni los medios probatorios

aportados por el denunciante para evidenciar el efecto real de confusión provocado en el mercado, ¿La autoridad debió consideró el efecto real y la actuación del denunciado en su análisis?

Para poder responder a dicha interrogante, es pertinente definir brevemente a los actos de competencia desleal en la modalidad de actos de confusión recogidos por la Ley de la Represión de actos de competencia desleal.

Monteagudo³ lo entiende de la siguiente manera:

El acto de confusión está legalmente definido como comportamiento de toda clase idónea para crear confusión con la actividad, las prestaciones o el establecimiento ajeno. De este modo se tipifica el acto de confusión genérico, cualesquiera que sean los medios empleados para generar la posible confusión y cualquiera que sea la esfera de la actividad económica en que se produzca. (Monteagudo, 1993, p. 95)

En base a la definición doctrinal citada sobre los actos de confusión, se desprende que dichos actos buscan crear una idea errónea en el pensamiento de los agentes del mercado sobre la actividad comercial en general que produce otro agente, atribuyendo la idea de que dichas actividades tienen un origen empresarial, o cuando menos una relación de asociación con otro agente en el mercado. Además de ello, se logra entender que dichos actos son sancionables, inclusive en ausencia de un efecto real en el mercado, siendo suficiente la determinación de la existencia de un peligro abstracto.

Con atención a lo indicado en el párrafo anterior, podemos entender que la finalidad histórica que tuvo la autoridad para considerar el peligro abstracto de los actos de confusión, fue la peligrosidad de dichos actos y el efecto que provoca o puede provocar en el mercado, determinando así que en los casos en que se presenten pruebas de la existencia de efectos reales de confusión por la actividad comercial que se encuentra ejecutando un actor en el mercado, no se debe discutir el propio hecho

³ Monteagudo Monedero, Montiano (1993) El riesgo de confusión en el Derecho de Marcas y en Derecho contra la Competencia Desleal, Actas de Derecho Industrial Tomo XV. Madrid-España.

de la existencia de confusión, si no el debate debe girar en torno a si dichos actos de confusión son producto de actos cometidos en perjuicio del principio de competencia por eficiencia.

El principio de competencia por eficiencia es entendido de la siguiente manera por Massaguer⁴:

(...) la cláusula general incorpora una exigencia de que los agentes económicos compitan por méritos o por eficiencia de las propias prestaciones (...). Ello significa, en particular y desde una perspectiva positiva, que los operadores económicos que actúan en el mercado deben buscar su éxito a través de la más conveniente configuración objetiva de sus prestaciones, de sus productos o servicios, y a través de la más atractiva combinación de precio, calidad, condiciones de contratación (...). Y en sentido negativo significa, sobre todo, que sobre los operadores que actúan en el mercado deben abstenerse de poner en peligro el contenido mínimo de la libertad de empresa. (Massaguer, 1999, p. 154)

Posición fundamentada:

Con base a lo expuesto, se cuestiona la actuación de la autoridad al no valorar las pruebas aportadas por el denunciante sobre el efecto real que la actuación de CCE estaba produciendo en el mercado; en concreto, no incluyó en su análisis los siguientes elementos probatorios:

- Múltiples quejas de consumidores, que contrataron a CCE por el curso “Excel Empresarial” pensando que estaban contratando los servicios de CAMEX.
- Fiscalización de INDECOPI de fecha 17 de octubre de 2019, realizada a CAMEX, la cual tenía intenciones de supervisar la actividad comercial por la denuncia de presuntos alumnos de su institución, concluyéndose que en realidad eran alumnos de CCE.
- Carta oficial remitida por la Municipalidad provincial de San Juan de Lurigancho

⁴ Massaguer Fuentes, Jose (1999) Comentarios a la Ley de Competencia Desleal. Civitas. Madrid- España.

solicitando la entrega de un convenio de cooperación institucional, de la cual se deduce que el verdadero destinatario era CCE.

Los elementos probatorios en su conjunto, si logran aseverar la idea de que inclusive autoridades estatales, tienen el erróneo concepto de que el servicio que ofrece CCE tiene algún tipo de vínculo con CAMEX, pudiendo asimilar que cuenta con las mismas características representativas que el servicio ofrecido por CAMEX, por lo que la valoración probatoria en el presente caso pudo haber sido crucial para que la autoridad crea fielmente que estamos ante un caso de actos de confusión.

Por otro lado, en su escrito de denuncia, CAMEX aduce el plagio de visibilidad en internet, que CCE se encontraba realizando, mediante la compra de publicidad con el uso de *keywords* con el nombre comercial de CAMEX, dicho extremo se entiende referido a la denominada estrategia SEM utilizada en el marketing, que es desarrollada de la siguiente manera, según Sosa⁵:

(...) tenemos la estrategia de marketing SEM, que no es otra cosa que la gestión y uso de los resultados patrocinados o publicitarios que puede arrojar el motor de búsqueda Google. (...) A través de Google Ads, los anunciantes compran palabras clave o *keywords* que permitirán que su publicidad salga como resultado patrocinado si un usuario hace uso de dichas palabras en su búsqueda. (Sosa, 2020, p. 4)

En dichos términos, el denunciante aporta un medio probatorio, de calidad documentaria, en el cual se muestra la búsqueda hecha en la página web Google utilizando las palabras clave “Cámara Peruana de Comercio Exterior”, dando como primer resultado el anuncio de CCE en los siguientes términos “Excel Profesional – Certificate / Cámara de Comercio Exterior”, revelando que la intención detrás del anuncio de CCE no es promocionar si quiera su página web o atraer mayor afluencia de personas a su página web para que puedan visualizar su oferta comercial, si no que por el contrario busca promocionar su curso denominado “Excel Profesional” con los *keywords* de CAMEX, por lo que, considerando la similitud fonética/denominativa

⁵ Sosa Huapaya, Alex (2020) Uso de marcas de terceros competidores en Google ads sin autorización en el Perú ¿infracción marcaria o acto de competencia desleal? Revista Derecho & Sociedad, N° 54. Lima-Perú.

entre el nombre comercial de las partes involucradas, la relación comercial que tuvieron las partes por el Contrato de Telemarketing y el argumento del denunciante de que el denominado curso “Excel Profesional” efectivamente es un servicio que lleva impartiendo el denunciante durante una gran cantidad de años y que es una de las instituciones consolidadas en dicha materia, se logra determinar que ese accionar específico puede inducir a error a los consumidores, que busquen a CAMEX por el curso “Excel Profesional”, haciéndoles creer que dicho curso tiene vinculación con el denunciante, dificultando que los consumidores distingan el origen empresarial de los servicios anunciados.

Por todo lo expuesto, considero que, en el caso concreto, era crucial considerar los medios probatorios documentales y el actuar del denunciado en el mercado, para determinar la comisión de actos de confusión, ya que, según el escenario planteado, considero que si existió actos de confusión cometidos por el denunciado.

3.3. La autoridad reconoce expresamente que la denominación utilizada por el denunciado es frecuentemente usada en el mercado, bajo este supuesto, ¿Por qué no consideró que el uso de la denominación tachada como frecuentemente usada, afecta el proceso competitivo?

Para iniciar el análisis de la cuestión planteada, debemos de asentar el concepto que el bien tutelado por la Ley de Represión de la Competencia Desleal, es el proceso competitivo. Como se desprende de la citada Ley de Represión de la Competencia Desleal del 2008 en su artículo 1, “La presente 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”. Asimismo, INDECOPI en jurisprudencia lo ha manifestado de la misma forma: “(...) *Lo señalado evidencia que el bien jurídico tutelado por las normas de represión de la competencia desleal es precisamente la concurrencia justa, ajustada al ordenamiento jurídico y que el exceso resulta inaceptable para la sociedad y el derecho (...)*”. (Expediente N° 051-2002/CCD, Fundamento Jurídico 3). Entonces, una vez asentada la idea de la protección del proceso competitivo, queda determinar si el uso de denominaciones frecuentemente usadas podría afectar el proceso competitivo y de qué forma.

Posición fundamentada:

Según se intuye de las resoluciones de la autoridad en el presente caso, las denominaciones “Cámara”, “Comercio Exterior” y “Comercio” son frecuentemente usadas en el giro de negocio que involucra a ambas partes, por lo que el debate gira en torno a si la utilización de dichos términos pueda ser usada con intereses perversos, es decir para cometer actos en contra del principio de competencia por eficiencia. Sobre el particular, se desprende que las razones potenciales por las que un competidor usaría denominaciones frecuentes en su actividad comercial serían: i. Atraer la demanda comercial que no emplea recursos para buscar opciones en el mercado, ii. Crear potencial confusión en los consumidores sobre el origen empresarial de los productos y/o servicios ofertados y iii. Aprovechar la reputación comercial que han generado los competidores en un mercado específico, las mismas que por su naturaleza y de acuerdo al caso concreto, podrían atentar al proceso competitivo.

En ese mismo orden ideas, aplicado al caso concreto se puede determinar que CCE, pudo haber estado motivado por una de las razones mencionadas, con lo cual considero que la autoridad, debió integrarlo en su análisis, cuando menos, de la potencial comisión de actos de confusión, ya que si bien considero que las denominaciones frecuentes pueden afectar el proceso competitivo per se, se puede subsumir en el caso concreto, que uno de los afectados por el uso de dichas denominaciones frecuentes es el denunciante, sobre todo por el efecto real que tuvo.

3.4. El denunciante alude a la mala fe empresarial del denunciado y el incumplimiento de un deber de confidencialidad, ¿Por qué la autoridad no lo tomó en cuenta en su resolución?

Con la finalidad de responder la presente interrogante, debemos establecer la relación que tiene la mala fe empresarial y cómo puede afectar al proceso competitivo.

Podemos comenzar el análisis recordando lo expuesto en numerales anteriores, sobre la tutela del proceso competitivo como bien jurídico protegido por la norma sobre la Represión de la Competencia Desleal, de la que se determina que la mala fe

empresarial, particularmente sancionada por dicha norma, es todo acto en contra de la buena fe empresarial, es decir como ya se ha asentado en el presente informe, es todo acto que vaya en contra del principio de competencia por eficiencia. Es así como se acentúa la relación entre la mala fe empresarial y el proceso competitivo, pues un requisito para sancionar un acto en contra de esta última es la objetiva ausencia de buena fe empresarial.

Posición fundamentada:

En el presente caso, CAMEX alude mala fe empresarial, puesto que afirma que CCE se encontraba aprovechando de la información revelada a la misma, a través de su representante legal, hecho que busca probar con la relación plasmada en su escrito en base a información de las razones sociales que usa CCE para su actividad comercial. Sin embargo, como bien reconoció la autoridad en sus dos (2) resoluciones, CAMEX en ningún momento emplazó a la representante legal como persona natural involucrada en la denuncia. Asimismo, a título de crítica, tampoco estableció la pauta para que la autoridad requiera información, pues no evidenció correctamente una relación entre la información revelada y la actuación de CCE en el mercado, ni tampoco argumentó el vínculo del Contrato de Telemarketing firmado con una razón social distinta y los hechos denunciados.

En suma, considero que, si pudo haberse imputado la comisión de actos de competencia desleal en la modalidad de actos de violación de secretos empresariales, pero ello requería una actuación probatoria adicional y mejor fundamentada, ya que con lo que se presentó realmente no considero que haya podido tener chances de prosperar. Por otro lado, si considero pertinente que lo discutido en el presente numeral, sea tratado como un antecedente para la comisión de los cargos imputados.

CAPITULO IV: POSICIÓN FUNDAMENTADA SOBRE LAS RESOLUCIONES EMITIDAS

4.1 RESOLUCIÓN No 12-2022/CCD-INDECOPI

El análisis realizado por la Comisión, considero que tiene algunas observaciones, ya que si bien se pronunció aplicando el análisis integral y superficial que dicta la norma, sobre los anuncios imputados por la Secretaria Técnica, considero que pudo haber

advertido que, como bien reconoce la misma Comisión como fundamento para desmeritar la acusación del denunciante sobre actos de competencia desleal en la modalidad de actos de engaño, las afirmaciones emitidas por el denunciado en los citados anuncios publicitarios, cuentan con más de 01 parámetro de comprobación, por ende resultan afirmaciones subjetivos de cara al criterio que INDECOPI ya había desarrollado en pronunciamientos anteriores, por lo cual no sujeta al ámbito de aplicación de la norma sobre la materia. Por otro lado, sobre la imputación de actos de competencia desleal en la modalidad de engaño, considero que pudo haberse pronunciado con un análisis pro competencia y poder haber identificado lo que expongo líneas arriba, considerando que el acto de utilizar denominaciones únicamente frecuentes en su nombre comercial, si podría afectar la percepción de los agentes en el mercado y llegaría a inducir a error a los mismos, pudiendo entorpecer la identificación de competidores en el mercado.

4.2 RESOLUCIÓN NO 0150-2022/SDC-INDECOPI

A la par de la Resolución de la Comisión, la Resolución de la Sala se ciñe dentro de los parámetros de la ley, considerando el análisis integral y superficial de la publicidad emitida por el denunciado e identifica acertadamente que, en la publicidad mencionada, no se emite la idea de que el servicio del curso de Excel Empresarial está certificado por la empresa creadora del programa "Microsoft". Sin embargo repitiendo el análisis de la Comisión, considera que los certificados si cuentan con el carácter de internacional basándose, una vez más, en más de 01 parámetro de comprobación; lo cual nos lleva a la idea de que si la autoridad hubiese invocado el criterio mencionado en el párrafo anterior, el debate hubiese girado en torno a la objetividad de las afirmaciones y no a si realmente dichas afirmaciones resultan verdaderas, punto en el que también difiero con el análisis de la autoridad, ya que según mi criterio, las certificaciones que se otorgan a los alumnos que lleguen a terminar un curso, tienen siempre la finalidad de comprobar a terceros, los conocimientos adquiridos a través de dicho curso, lo que nos lleva a pensar que el carácter de internacional invocado por el denunciado puede verse relacionado a la idea de que los alumnos una vez obtengan el certificado, van a poder probar ante terceros en el mercado internacional que cuentan con los conocimientos adquiridos por el curso y dichos terceros van a aceptar el certificado como un medio de comprobación de dicha afirmación y no como analizó la Sala considerando que las

certificaciones son de carácter internacional, por el hecho de que tienen un profesor internacional y oficinas en distintos países del continente Americano.

CAPITULO V: CONCLUSIONES

- En el análisis ejecutado en los procedimientos administrativos versados sobre la comisión de actos de competencia desleal en la modalidad de actos de engaño, tiene que haber un análisis de la objetividad de las afirmaciones.
- El principio de predictibilidad establece un estado de seguridad jurídica en los administrados, en los que, sobre la base de su experiencia con la autoridad, pueden determinar el potencial resultado a obtener.
- La tecnología está dotando a las empresas de nuevas herramientas para difundir sus productos o servicios, atrayendo un gran beneficio para su desarrollo, pero de igual forma, crea novedosos métodos para inducir a error.
- La existencia de efecto real de confusión en el mercado desvía el debate hacia el análisis de si los presuntos actos de confusión son cometidos en perjuicio del principio de competencia por eficiencia.
- La utilización de términos frecuentemente usados en el mercado y con la condición de que no contengan un componente mínimo de distinción, pueden llevar a error a los consumidores.
- Para poder probar y fundamentar actos en contra del proceso competitivo, se debe primero analizar los hechos que tienen relación con el derecho, para así poder crear una teoría del caso que ayude a crear convicción en la autoridad y pueda resolver de acuerdo con lo planteado.

CAPITULO VI: BIBLIOGRAFÍA

DOCUMENTOS Y LIBROS CONSULTADOS:

- Sosa Huapaya, Alex (2020) Uso de marcas de terceros competidores en Google ads sin autorización en el Perú ¿infracción marcaria o acto de competencia desleal? Revista Derecho & Sociedad, N° 54. Lima-Perú.
- Massaguer Fuentes, José (1999) Comentarios a la Ley de Competencia Desleal. Civitas. Madrid- España.

- Monteagudo Monedero, Montiano (1993) El riesgo de confusión en el Derecho de Marcas y en Derecho contra la Competencia Desleal, Actas de Derecho Industrial Tomo XV. Madrid-España.
- Guzmán Napurí, Christian (2013) Manual de Procedimiento Administrativo General. Pacífico Editores. Lima-Perú.
- Morón Urbina, Juan Carlos (2019) Comentarios a la Ley del Procedimiento Administrativo General. Décimo Cuarta edición, Gaceta Jurídica, Lima-Perú.
- INDECOPI (2013) Competencia Desleal y Regulación Publicitaria. Colección por el Vigésimo Aniversario del INDECOPI Fondo Editorial. Lima-Perú.

JURISPRUDENCIA:

- Expediente N° 0259-2020/CCD, Fundamento Jurídico 47.
- Expediente N° 199-2011/CCD, Fundamento Jurídico 32.
- Expediente N° 051-2002/CCD, Fundamento Jurídico 3.

MARCO NORMATIVO:

- Constitución Política del Perú (1993).
- Decreto Legislativo N° 1044, “Ley de Represión de la Competencia Desleal”.
- Decreto Supremo N° 0014-2019-JUS, “TUO de la Ley de Procedimiento Administrativo General”.



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE
LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Sala Especializada en Defensa de la Competencia

RESOLUCIÓN 0150-2022/SDC-INDECOPI
EXPEDIENTE 0259-2020/CCD

000364

01072022
NO VALE

VERSIÓN PÚBLICA

PROCEDENCIA : COMISIÓN DE FISCALIZACIÓN DE LA COMPETENCIA DESLEAL

DENUNCIANTE : [REDACTED]

DENUNCIADA : [REDACTED]

MATERIAS : COMPETENCIA DESLEAL
ACTOS DE ENGAÑO
ACTOS DE CONFUSIÓN

ACTIVIDAD : ACTIVIDADES DE CONSULTORIA DE GESTIÓN

SUMILLA: se CONFIRMA la Resolución 12-2022/CCD-INDECOPI del 12 de abril de 2022 en el extremo que declaró INFUNDADA la denuncia presentada por [REDACTED] contra [REDACTED] por la presunta comisión de actos de engaño, supuesto previsto en el artículo 8 del Decreto Legislativo 1044 – Ley de Represión de la Competencia Desleal.

El fundamento es que: (i) en el anuncio contenido en la página web de [REDACTED], se advierte que dicha empresa no ofreció un certificado con acreditación de Microsoft, sino un certificado emitido por su propia Dirección de Educación Continua; y, (ii) con relación al carácter “internacional” del certificado anunciado, se aprecia que [REDACTED] acreditó que contaba con oficinas virtuales en determinados países como México, Colombia, Costa Rica, Panamá y Ecuador, así como con profesores internacionales.

Asimismo, se CONFIRMA la Resolución 12-2022/CCD-INDECOPI del 12 de abril de 2022 en el extremo que declaró INFUNDADA la denuncia presentada por [REDACTED] contra [REDACTED] por la presunta comisión de actos de confusión, supuesto previsto en el artículo 9 del Decreto Legislativo 1044 – Ley de Represión de la Competencia Desleal.

El fundamento es que si bien [REDACTED] utiliza elementos similares a los de [REDACTED] (el parecido en su denominación y el nombre del curso “Excel Empresarial”) en el desarrollo de su actividad comercial, se advierte que: (i) la denominación “[REDACTED]” contiene elementos comunes que son usados por otros agentes económicos en el mercado (“[REDACTED]”); y, (ii) el nombre del curso “Excel Empresarial” viene siendo utilizada, de manera similar, en el mercado por distintas empresas.



PERU

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE
LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Sala Especializada en Defensa de la Competencia

RESOLUCIÓN 0150-2022/SDC-INDECOPI

EXPEDIENTE 0259-2020/CCD

Lima, 14 de octubre de 2022

I. ANTECEDENTES

1. El 14 de diciembre de 2020, [REDACTED] prior (en adelante Cámara Peruana de Comercio) denunció a Cámara de Comercio [REDACTED], ante la Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal (en adelante la Comisión) por la presunta realización de actos de competencia desleal en las modalidades de engaño y confusión, supuestos tipificados en los artículos 8 y 9 del Decreto Legislativo 1044 – Ley de Represión de la Competencia Desleal¹ (en adelante Ley de Represión de la Competencia Desleal), respectivamente².

2. La denuncia se sustentó en los siguientes argumentos:

- (i) Cámara Peruana de Comercio inició sus actividades el [REDACTED] 2011, como una asociación civil sin fines de lucro, con el objetivo de promover la internacionalización de las pequeñas y medianas empresas (“pymes”). La denunciante desarrolla proyectos conjuntos a nivel nacional con los Ministerios de Educación, Comercio Exterior y Producción, así como con diferentes gobiernos regionales. Asimismo, atiende a más de mil (1,000) empresarios, brindándoles consultorías,

¹ **DECRETO LEGISLATIVO 1044. LEY DE REPRESIÓN DE LA COMPETENCIA DESLEAL**

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.

Artículo 9.- Actos de confusión.-

9.1.- 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 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.

9.2.- Los actos de confusión pueden materializarse mediante la utilización indebida de bienes protegidos por las normas de propiedad intelectual.

² A través de su denuncia, Cámara Peruana de Comercio solicitó: (i) el cese inmediato del uso de su denominación y marcas similares por parte de la denunciada; (ii) el retiro inmediato del mercado de todos los productos educativos, así como materiales publicitarios físicos y virtuales que consignen su denominación u otra denominación similar; (iii) se multe ejemplarmente a la denunciada y a quienes resulten responsables; y, (iv) el pago de las costas y costos del procedimiento por parte de la denunciada.



PERU

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOP¹

SECRETARÍA TÉCNICA
TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE
LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Sala Especializada en Defensa de la Competencia
INDECOP¹
RESOLUCIÓN 0150-2022/SDC-INDECOP¹

EXPEDIENTE 0259-2020/CCD

000365

OTORGADO
NO VALE

capacitaciones y servicios de gestión empresarial.

- (ii) En marzo de 2018, [REDACTED] celebró un contrato de alianza estratégica de servicios de telemarketing con [REDACTED] cuyo gerente general es el señor [REDACTED] (a su vez, gerente general de [REDACTED]). En virtud de dicho contrato se capacitó al personal de [REDACTED] en la venta de su producto, el manejo del aula virtual, las estrategias de marketing y en el *know how* requerido para llevar a cabo la actividad comercial de la denunciante.
- (iii) Actualmente, la denunciante brinda los mismos servicios que [REDACTED] a través del personal de su vinculada que fue capacitado en virtud del referido contrato, ocasionando confusión en el consumidor.
- (iv) Adicionalmente, [REDACTED] genera confusión a los consumidores respecto del origen empresarial de sus servicios, pues utiliza una denominación similar a aquella empleada por la denunciante: “[REDACTED]” (de acuerdo con la información consignada en la página web: <https://www.camaracomercioexterior.org/>). Más aún, es titular de una *fanpage* en la red social Facebook (www.facebook.com/CamaradeComercioExterior/) en la que también utiliza como denominación “[REDACTED]” a cual también se consignaría en el certificado que otorga a sus clientes.
- (v) [REDACTED] habría copiado uno de los productos de la denunciante: el curso “Excel Empresarial”, ofrecido por [REDACTED] desde 2016. Asimismo, la denunciada utiliza la misma denominación que el curso ofrecido por [REDACTED] para generar confusión en los consumidores respecto de su origen empresarial y, de esta manera, captar sus preferencias.
- (vi) La denunciada da a entender que el certificado que emite tiene validez internacional y una acreditación de Microsoft; sin embargo, ello no sería cierto, dado que ninguna institución respalda dicha certificación. Lo anterior, a diferencia del caso de [REDACTED], quien ha tenido que suscribir un convenio con “Pearson” (representante de Microsoft) para ofrecer las acreditaciones y exámenes internacionales correspondientes.

³ Esto también contravendría la cláusula de confidencialidad contenida en el referido contrato de alianza estratégica de servicios de telemarketing.



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPÍ

TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE
LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Sala Especializada en Defensa de la Competencia

RESOLUCIÓN 0150-2022/SDC-INDECOPÍ

EXPEDIENTE 0259-2020/CCD

- (vii) Existen reclamos de estudiantes que solicitaron la devolución de su dinero luego de haberse matriculado en el curso de Excel Empresarial ofrecido por [REDACTED], bajo la creencia de que lo hacían con [REDACTED].
3. Mediante Resolución s/n del 29 de enero de 2021, modificada por Resolución s/n del 25 de octubre de 2021⁴, la Secretaría Técnica de la Comisión imputó a [REDACTED]:
- (i) La presunta realización de actos de engaño, debido a que habría difundido un anuncio a través de la página web <https://cursos.camaracomercioexterior.org/ExcelProfesionalORG>, dando a entender a los consumidores que emitiría un certificado con validez internacional y acreditación de Microsoft; cuando ello no sería cierto.
 - (ii) La presunta realización de actos de confusión, debido a que habría desarrollado su actividad comercial reproduciendo elementos característicos y similares utilizados por la denunciante, como: (i) la denominación "[REDACTED]" utilizada en la página web <https://www.camaracomercioexterior.org/>, en el fanpage www.facebook.com/CamaradeComercioExterior/ y en los certificados que otorgarían a sus clientes; y, (ii) el nombre del curso "Excel Empresarial", junto con la denominación "[REDACTED]", en su sitio web; lo que induciría a error a los consumidores respecto del origen empresarial del servicio prestado.
4. El 9 de marzo de 2021, Cámara de Comercio [REDACTED] presentó sus descargos, señalando lo siguiente:
- (i) Su página web señala: "*¡CERTIFÍCATE CON LA CÁMARA DE COMERCIO EXTERIOR!*" y "*Aprende con los mejores profesores internacionales y obtén la certificación de la cámara de comercio exterior*". En efecto, por medio de los cursos que ofrece, los alumnos pueden obtener un certificado emitido por su institución y, además, cuenta con profesores internacionales, como sería el caso del Licenciado [REDACTED], de nacionalidad [REDACTED].
 - (ii) En la publicidad materia de denuncia se detalla que el certificado otorgado a los estudiantes es emitido por la "Dirección de Educación Continua de la Cámara de Comercio Exterior"; es decir, por su misma

⁴ La imputación fue modificada para precisar el soporte del anuncio materia de imputación del punto (i).



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

000366
TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE
LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Sala Especializada en Defensa de la Competencia

RESOLUCIÓN 0150-2022/SDC-INDECOPI
INDECOPI
EXPEDIENTE 0259-2020/CCD

LO TARDADO
NO VALE

institución. En ese sentido, la emisión del certificado y su contenido resultan veraces, pues un alumno que culmine las quinientas treinta y cuatro (534) clases prácticas (con una duración total de 153 horas) obtendría un certificado emitido por Cámara de Comercio que corrobore su destreza en la materia dictada.

- (iii) Sobre la afirmación “*agrega tu certificado internacional a tu LinkedIn*”, indicó que el certificado que otorga a sus alumnos tiene una calidad internacional, pues su institución cuenta con sedes en distintos países como México, Ecuador, Panamá, Costa Rica y Colombia.
- (iv) Diversas instituciones públicas y privadas ofrecen el curso Microsoft Excel, pero ello no implica que requieran del respaldo de la empresa Microsoft, puesto que esta última no sería la encargada del dictado de dicha materia. Asimismo, precisó que cada institución brinda a sus alumnos una determinada modalidad de aprendizaje de los programas de computador de Microsoft Office.
- (v) Respecto de los presuntos actos de confusión, la denunciada señaló que las denominaciones “**[REDACTED]** Comercio y Comercio Exterior” son frecuentes en las actividades comerciales de las empresas dedicadas a brindar servicios de educación, por lo que no es posible que exista una semejanza que ocasione confusión en los consumidores. En tal sentido, hay diversas marcas registradas con los términos “**[REDACTED]**” y “**[REDACTED]**” para identificar servicios del sector de educativo (Clase 41 del Clasificador Internacional). Añadió que incluso existen diversas páginas en redes sociales con el término “**[REDACTED]**” dedicadas a la actividad de educación.
- (vi) Respecto al uso del nombre del curso “Excel Empresarial”, utilizado junto con la denominación “**[REDACTED]**”, refirió que diversas empresas utilizan el mismo nombre para comercializar el servicio educativo del curso Excel en el mercado, el cual es sumamente conocido en todo el mundo y brindado por numerosos institutos y centros educativos.
- (vii) Mediante Resolución 19-2021/CDS-INDECOPI la Comisión de Signos Distintivos del Indecopi ha precisado que la denominación “**[REDACTED]**” y “**[REDACTED]** Comercio Exterior” constituyen expresiones frecuentes para identificar los servicios de la clase 41 de la Clasificación Internacional.



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE
LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Sala Especializada en Defensa de la Competencia

RESOLUCIÓN 0150-2022/SDC-INDECOPI

EXPEDIENTE 0259-2020/CCD

5. El 25 de noviembre de 2021, [REDACTED] reiteró sus descargos⁵ y, adicionalmente, manifestó que tendría un convenio con Certiport, una entidad internacional que se encarga de proveer programas de calificación y certificación, en particular, la certificación "Microsoft Specialist".
6. El 26 de enero de 2022, [REDACTED] presentó un escrito señalando lo siguiente:
- (i) En sus descargos, la denunciada no hace mención de que, en el año 2018, celebró un acuerdo con [REDACTED], empresa que pertenecería al representante legal de [REDACTED]; ni tampoco de que, conforme a lo acordado, al término del referido contrato [REDACTED] se quedaría con todos los derechos e informaciones correspondientes. Sin embargo, ello no fue respetado, pues la denunciada copió la organización y los servicios ofrecidos en el mercado por la denunciante.
 - (ii) Las certificaciones que entregaría [REDACTED] serían una copia de las emitidas por la denunciante. Además, las certificaciones que habría obtenido la imputada de Certiport fueron emitidas en el año 2021; es decir, con fecha posterior al inicio del presente procedimiento.
7. Por Resolución 12-2022/CCD-INDECOPI del 12 de abril de 2022, la primera instancia resolvió:
- (i) **Declarar infundada** la denuncia de [REDACTED] contra [REDACTED] por la **presunta comisión de actos de engaño**. De una revisión superficial e integral del anuncio cuestionado, no se advierte que la denunciada haya manifestado que la empresa Microsoft acreditaría el curso ofrecido ni que le otorgaría validez al certificado correspondiente. Además, la denunciada sí contaba con presencia internacional en México, Ecuador, Panamá, Costa Rica y Colombia; y, con la participación del docente [REDACTED] de nacionalidad [REDACTED] y especialista en Microsoft Office.
 - (ii) **Declaró infundada** la denuncia de [REDACTED] contra Cámara de Comercio por la **presunta comisión de actos de confusión**. Al respecto, la primera instancia consideró que, de una apreciación general e integral de cada uno de los elementos cuestionados (la denominación "[REDACTED]" y el nombre del curso

⁵ Como consecuencia de la modificación de la imputación de cargos, donde se precisó el soporte del anuncio materia de denuncia referido en la nota al pie anterior.



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

000367
TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE
LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Sala Especializada en Defensa de la Competencia
RESOLUCIÓN 0150-2022/SDC-INDECOPI
EXPEDIENTE 0259-2020/CCD

DOTARJADO
NO VALE

“Excel Profesional”) se aprecia que, si bien son similares, ello no puede generar un riesgo de confusión en los consumidores, pues tanto la referida denominación como el nombre del curso vienen siendo utilizados, de manera similar, en el mercado por distintas empresas.

8. El 12 de mayo de 2022, [REDACTED] apeló la Resolución 12-2022/CCD-INDECOPI en los extremos que declararon infundada su denuncia contra [REDACTED], manifestando lo siguiente:

- (i) La imitación materia de denuncia se produjo a raíz del contrato de alianza estratégica celebrado en marzo de 2018 con [REDACTED] cuyo representante es la misma persona que representa a Cámara de Comercio. Sin embargo, la resolución impugnada no abordó el origen de la empresa denunciada ni el incumplimiento del referido contrato por parte de dicho representante.
- (ii) En virtud de dicho contrato se capacitó a personal de [REDACTED] en la venta de los productos de la denunciante, el manejo de su aula virtual, sus estrategias de marketing, así como en todo el *know how* requerido para llevar a cabo su actividad comercial. A pesar de que se acordó mantener la reserva y confidencialidad del caso, [REDACTED] incumplió los términos del contrato, pues hoy en día su vinculada [REDACTED] realiza actividades similares a las de la denunciante a través del personal capacitado en ejecución de dicho acuerdo.
- (iii) La denunciada copió prácticamente toda su actividad comercial, pues utiliza su misma denominación y forma de trabajo; y, adicionalmente, ofrece cursos similares e incluso idénticos a los brindados por la denunciante. Para demostrar que dichos actos de imitación generaron confusión en el mercado, presenta junto con su escrito de apelación un correo electrónico enviado por la Municipalidad de San Juan de Lurigancho a [REDACTED] (la denunciante), solicitando que se le remita un proyecto de convenio de cooperación institucional, pero de su contenido se advierte que estaba dirigido a [REDACTED] (la denunciada), por lo que esta empresa habría sido la verdadera destinataria de la referida comunicación.
- (iv) La denunciada no cuenta con sede en otros países, sino únicamente con buzones de correo (es decir, oficinas virtuales). Lo anterior no implica que tenga presencia internacional ni que preste servicios en los mencionados países.

9. Mediante escrito del 8 de agosto de 2022, [REDACTED] absolvió la apelación presentada por la denunciante, señalando que:

M-SDC-02/02
Vigencia del Modelo: 2020-03-11

7/28



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE
LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Sala Especializada en Defensa de la Competencia

RESOLUCIÓN 0150-2022/SDC-INDECOPI

EXPEDIENTE 0259-2020/CCD

- (i) [REDACTED] no formó ni forma parte del contrato de alianza estratégica en servicios de telemarketing referido por la denunciante, motivo por el cual no correspondía que dicho acuerdo sea considerado en el pronunciamiento final de la Comisión.
- (ii) La denunciante hace graves acusaciones sin prueba alguna, al afirmar que se divulgó información confidencial obtenida en el marco de la ejecución de dicho contrato y, adicionalmente, que el gerente general de [REDACTED] Comercio –quien en su momento suscribió el referido acuerdo en representación de la empresa [REDACTED] S.A. – se habría adueñado del *know how* de [REDACTED].
- (iii) No se puede negar que una persona aplique lo aprendido como parte de su experiencia personal y profesional en sus propias actividades comerciales, ni resulta posible adueñarse de un modelo comercial que es bastante popular en el mercado. En todo caso, el contrato referido por la denunciante no contiene alguna cláusula de “no competencia”, por lo que ambas partes se encuentran habilitadas a competir en el mercado a través de la prestación de los servicios en cuestión.
- (iv) Resulta ilógico que la apelante pretenda que ningún agente realice la misma actividad económica, pues en el mercado se observan numerosas empresas que brindan los mismos servicios que [REDACTED] de [REDACTED] (cursos de Excel online).
- (v) [REDACTED] cuenta con un convenio con Certiport, entidad internacional que se encarga de proveer programas de calificación y certificación, en particular la certificación “Microsoft Specialist (MOS)”. Asimismo, dicha empresa cuenta con una gran cantidad de clientes/alumnos provenientes de los países en los que tiene oficinas virtuales para brindar un mejor servicio de atención al usuario.
- (vi) Solicita la confidencialidad de la información contenida en el Anexo 1 (“Contratos de oficinas virtuales”) y en el Anexo 2 (“Listado de alumnos internacionales”) de su escrito de absolución de la apelación.

II. CUESTIONES EN DISCUSIÓN

10. De acuerdo con lo expuesto, corresponde a la Sala Especializada en Defensa de la Competencia (en adelante la Sala) determinar lo siguiente:
 - (i) Si corresponde declarar la confidencialidad de la información presentada por [REDACTED] junto con su escrito de absolución de la apelación;



PERU

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE
LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Sala Especializada en Defensa de la Competencia

RESOLUCIÓN 0159-2022/SDC-INDECOPI

EXPEDIENTE 0259-2020/CCD

000368

09/08/2020
NO VALE

- (ii) si [REDACTED] incurrió en actos de engaño, supuesto contemplado en el artículo 8 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal; y,
- (iii) si [REDACTED] incurrió en actos de confusión, supuesto contemplado en el artículo 9 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal.

III. ANÁLISIS DE LAS CUESTIONES EN DISCUSIÓN

III.1. Sobre la solicitud de confidencialidad de la información contenida en el Anexo 2 ("Lista de estudiantes extranjeros") del escrito del 8 de agosto de 2022 presentado por [REDACTED]

11. De acuerdo con el artículo 40.1 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal, las partes pueden solicitar a la autoridad administrativa que declare la reserva de aquella información que tenga carácter confidencial, ya sea que se trate de: (i) un secreto empresarial, (ii) información que afecte la intimidad personal o familiar, (iii) información cuya divulgación podría perjudicar a su titular, así como, (iv) información prevista como tal en la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública⁶.
12. La facultad antes señalada se sustenta en el hecho que, durante la tramitación de los procedimientos en materia de competencia desleal, es posible que los administrados tengan la necesidad de presentar información cuya divulgación podría afectar su posición competitiva o su intimidad personal y familiar. Por ende, el ordenamiento jurídico dota a las partes de un mecanismo para solicitar a la autoridad que se declare la confidencialidad de dicha información, de manera que las demás partes del procedimiento, así como terceros, no puedan acceder a estos documentos⁷.

⁶ **DECRETO LEGISLATIVO 1044. LEY DE REPRESIÓN DE LA COMPETENCIA DESLEAL**
Artículo 40.- Información confidencial.-

40.1.- A solicitud de parte o tercero con interés legítimo, incluyendo a una entidad pública, la Comisión declarará la reserva de aquella información que tenga carácter confidencial, ya sea que se trate de un secreto empresarial, información que afecte la intimidad personal o familiar, aquella cuya divulgación podría perjudicar a su titular y, en general, la prevista como tal en la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública.
(...)

⁷ **DECRETO LEGISLATIVO 1044. LEY DE REPRESIÓN DE LA COMPETENCIA DESLEAL**
Artículo 40.- Información confidencial.-

(...)
40.3.- Sólo podrán acceder a la información declarada bajo reserva los miembros de la Comisión y los vocales del Tribunal, sus Secretarios Técnicos y las personas debidamente autorizadas por estos que laboren o mantengan una relación contractual con el INDECOPI.
40.4.- En los casos en que la Comisión o el Tribunal concedan el pedido de reserva formulado, tomarán todas las medidas que sean necesarias para garantizar la reserva y confidencialidad de la información.
(...)



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE
LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Sala Especializada en Defensa de la Competencia

RESOLUCIÓN 0150-2022/SDC-INDECOPI

EXPEDIENTE 0259-2020/CCD

13. Asimismo, el artículo 40.7 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal también contempla el supuesto en el cual la documentación presentada en un procedimiento contenga información relativa a la intimidad personal o familiar o ponga en riesgo la integridad física de éstas, en cuyo caso, la autoridad competente podrá declarar de oficio su reserva⁸.
14. Por su parte, la Directiva 001-2008/TRI-INDECOPI, Directiva sobre Confidencialidad de la Información en los Procedimientos seguidos por los Órganos Funcionales del Indecopi (en adelante la Directiva sobre Confidencialidad)⁹ dispone en su artículo 2.1 que podrá declararse confidencial aquella información cuya divulgación implique una afectación significativa para el titular de la misma o un tercero del que el aportante la hubiere recibido, u otorgue una ventaja significativa para un competidor del aportante de la información.
15. Habiendo desarrollado el contenido de los criterios que deben ser evaluados para determinar la naturaleza confidencial de la información proporcionada a la autoridad administrativa, corresponde analizar la información contenida en el

DIRECTIVA 001-2008/TRI-INDECOPI. DIRECTIVA SOBRE CONFIDENCIALIDAD DE LA INFORMACIÓN EN LOS PROCEDIMIENTOS SEGUIDOS POR LOS ÓRGANOS FUNCIONALES DEL INDECOPI (Modificada por la Directiva N° 002-2017-TRI-INDECOPI)

I. Disposiciones Generales

(...)

2. Información confidencial.

(...)

2.2 Cuando se declare confidencial la información, esta será de uso exclusivo de los funcionarios encargados del trámite del procedimiento. Dicha información no podrá ser puesta en conocimiento de las demás partes del procedimiento ni de terceros.

(...)

⁸ DECRETO LEGISLATIVO 1044, LEY DE REPRESIÓN DE LA COMPETENCIA DESLEAL

Artículo 40.- Información confidencial.-

(...)

40.7.- La autoridad podrá declarar de oficio la reserva de información vinculada a la intimidad personal o familiar o que ponga en riesgo la integridad física de éstas.

(...)

⁹ DIRECTIVA 001-2008/TRI-INDECOPI. DIRECTIVA SOBRE CONFIDENCIALIDAD DE LA INFORMACIÓN EN LOS PROCEDIMIENTOS SEGUIDOS POR LOS ÓRGANOS FUNCIONALES DEL INDECOPI (Modificada por la Directiva N° 002-2017-TRI-INDECOPI)

(Modificada por la Directiva N° 002-2017-TRI-INDECOPI)

IV. Disposiciones Generales

(...)

2. Información confidencial.

2.1. Puede declararse confidencial aquella información presentada por las partes o terceros en el marco de un procedimiento seguido ante INDECOPI o aquella información acopiada por el INDECOPI en el curso de sus actividades de supervisión, fiscalización y/o investigación, cuya divulgación implique una afectación significativa para el titular de la misma o un tercero del que el aportante la hubiere recibido, u otorgue una ventaja significativa para un competidor del aportante de la información.

Puede también declararse confidencial aquella información que sea considerada reservada o confidencial por Ley.(...)

M-SDC-02/02

Vigencia del Modelo: 2020-03-11

10/28

INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL

Calle De la Prosa 104, San Borja, Lima 41 - Perú / Telf: 224 7800

e-mail: consultas@indecopi.gob.pe / Web: www.indecopi.gob.pe



PERU

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE
LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Sala Especializada en Defensa de la Competencia

RESOLUCIÓN 0150-2022/SDC-INDECOPI
EXPEDIENTE 0259-2020/CCD

000369

LO TARJAS
NO VALE

Anexo 2 adjunto al escrito del 8 de agosto de 2022 presentado por [REDACTED]

- 16. Al respecto, se observa que la documentación materia de análisis contiene información personal de terceros ajenos al procedimiento, como, por ejemplo, nombres completos, documentos de identidad, país de procedencia y domicilios, la cual podría ocasionarles un perjuicio en caso de que fuera divulgada de forma no autorizada por sus titulares.
- 17. Considerando lo antes indicado, y con la finalidad de que los datos de carácter personal de terceros que no son parte del presente procedimiento no sean divulgados sin su autorización, corresponde declarar la confidencialidad de la información contenida en el Anexo 2 ("Lista de estudiantes extranjeros") del escrito del 8 de agosto de 2022 presentado por la denunciada.
- III.2. Sobre la solicitud de confidencialidad de la información contenida en el Anexo 1 ("Contratos con las oficinas virtuales") del escrito del 8 de agosto de 2022 presentado por [REDACTED]
- 18. Tal como se ha señalado en el acápite anterior, tanto el numeral 40.1 del artículo 40 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal como el artículo 2.1 de la Directiva sobre Confidencialidad indican que las partes pueden solicitar a la autoridad administrativa que se declare la reserva de aquella información que tenga carácter confidencial, en la medida que su divulgación implique una afectación para su titular o un tercero de quien la hubiera recibido, u otorgue una ventaja significativa para un competidor¹⁰.
- 19. Entre la información contenida en la norma como confidencial se encuentran los secretos comerciales e industriales¹¹. El secreto comercial es aquella

¹⁰ Ver notas al pie 6 y 9.

¹¹ DIRECTIVA 001-2008/TRI-INDECOPI. DIRECTIVA SOBRE CONFIDENCIALIDAD DE LA INFORMACIÓN EN LOS PROCEDIMIENTOS SEGUIDOS POR LOS ÓRGANOS FUNCIONALES DEL INDECOPI (Modificada por la Directiva N° 002-2017-TRI-INDECOPI)

IV. Disposiciones Generales

(...)

3. Información confidencial.

2.1. (...).

Puede también declararse confidencial aquella información que sea considerada reservada o confidencial por Ley. Entre éstas:

(...)

c) La información protegida por la respectiva regulación del secreto bancario, tributario, comercial, industrial, empresarial, tecnológico y bursátil.

Se considerará lo siguiente:

Secreto comercial: aquella información cuya importancia para el desarrollo de la actividad empresarial obliga a las empresas a mantenerla fuera del alcance de terceros ajenos a la empresa;

Secreto industrial: conocimiento tecnológico referido a procedimientos de fabricación o producción en general, o el



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE
LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Sala Especializada en Defensa de la Competencia

RESOLUCIÓN 0150-2022/SDC-INDECOPI

EXPEDIENTE 0259-2020/CCD

información cuya importancia para el desarrollo de la actividad empresarial obliga a las empresas a mantenerla fuera del alcance de los terceros ajenos a ella.

20. Por otro lado, la autoridad también podrá declarar la confidencialidad de un documento en caso la información consignada califique como secreto industrial, en la medida de que se encuentre referido a conocimientos tecnológicos vinculados con procedimientos de fabricación o producción en general, así como al empleo y aplicación de técnicas industriales, que permitan a la empresa titular obtener o mantener una ventaja competitiva o económica frente a terceros.
21. El numeral 40.2 del artículo 40 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal¹² precisa que la solicitud de confidencialidad de un secreto comercial, industrial, tecnológico o, en general, empresarial será concedida siempre que se cumplan con los siguientes requisitos:
 - (i) Se trate de un conocimiento que tenga carácter de reservado o privado sobre un objeto determinado.
 - (ii) Que las personas que tengan acceso a dicho conocimiento posean la voluntad e interés consciente de mantenerlo reservado, adoptando las medidas necesarias para ello.
 - (iii) Que la información tenga un valor comercial, efectivo o potencial.
22. En el presente caso, [REDACTED] ha solicitado a la Sala que declare la confidencialidad de la información contenida en el Anexo 1 ("Contratos con las oficinas virtuales"), toda vez que contendría información reservada que constituye un secreto comercial, en tanto se encuentra vinculada a la situación comercial y posición en el mercado de su empresa. Siendo así, [REDACTED]

conocimiento vinculado al empleo y aplicación de técnicas industriales, que permitan obtener o mantener una ventaja competitiva o económica frente a terceros.
(...)

¹² DECRETO LEGISLATIVO 1044. LEY DE REPRESIÓN DE LA COMPETENCIA DESLEAL

Artículo 40.- Información confidencial. -

(...)

40.2.- De conformidad con la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública, la solicitud de declaración de reserva sobre un secreto comercial, industrial, tecnológico o, en general, empresarial será concedida por la Comisión o el Tribunal, siempre que dicha información:

- a) Se trate de un conocimiento que tenga carácter de reservado o privado sobre un objeto determinado;
- b) Que quienes tengan acceso a dicho conocimiento posean voluntad e interés consciente de mantenerlo reservado, adoptando las medidas necesarias para mantener dicha información como tal; y,
- c) Que la información tenga un valor comercial, efectivo o potencial. (...)



PERU

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

000370
LO TARJADO
NO VALE
TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE
LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Sala Especializada en Defensa de la Competencia
RESOLUCIÓN 0150-2022/SDC-INDECOPI
EXPEDIENTE 0259-2020/CCD
INDECOPI

██████████ alegó que su divulgación ante terceros podría generar un perjuicio para las partes intervinientes en tales contratos y una desventaja en el mercado.

23. De la revisión del documento en mención, se observa que versa sobre un objeto determinado, esto es, los servicios relacionados a la contratación de oficinas virtuales que se brinda a favor de ██████████. Asimismo, se aprecian los acuerdos arribados entre el proveedor y ██████████, así como las condiciones pactadas para brindar servicios de oficinas virtuales. Adicionalmente, el contenido de dichos contratos no ha sido revelado en el procedimiento y, precisamente, se busca evitar su difusión a través de la solicitud presentada por la denunciada.
24. Teniendo en cuenta lo expuesto, en el supuesto de que esta información sea pública y, por tanto, accesible a terceros, su divulgación permitiría conocer a los demás agentes del mercado, los servicios vinculados a los contratos de oficina virtual suscritos por la denunciada, así como las condiciones comerciales pactadas por dicha empresa y que son aplicables en su actividad económica. Lo anterior, brindaría una ventaja competitiva a terceros en detrimento de las empresas involucradas (██████████ y su proveedor).
25. Por lo expuesto y en virtud de lo establecido en el artículo 2.1 de la Directiva sobre Confidencialidad, el contenido de los Contratos de oficinas virtuales presentados por Cámara de Comercio califica como información confidencial de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 40.1 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal. En consecuencia, corresponde declarar la confidencialidad de la información contenida en el Anexo 1 ("Contratos con las oficinas virtuales") del escrito presentado por dicha empresa el 8 de agosto de 2022.

III.3. Imágenes relativas a la publicidad materia de denuncia

26. A continuación, se presentan las imágenes correspondientes a la publicidad contenida en la página web de ██████████ y a través de su *fanpage* de Facebook, cuya difusión ha sido cuestionada por ██████████ en su denuncia por constituir presuntos actos de competencia desleal en las modalidades de engaño y confusión:
 - (i) Respecto de la presunta realización de actos de competencia desleal en la modalidad de engaño:



PERU

Presidencia del Consejo de Ministros

INDECOPI

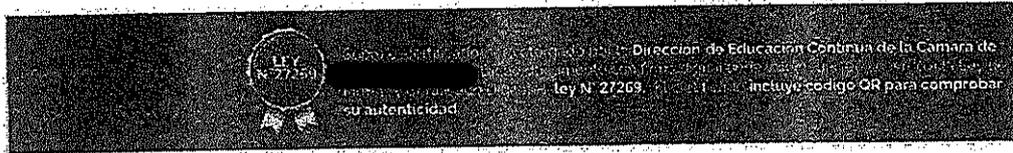
TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Sala Especializada en Defensa de la Competencia

RESOLUCIÓN 0150-2022/SDC-INDECOPI

EXPEDIENTE 0259-2020/CCD

Publicidad difundida a través de la página web de [REDACTED]

(<https://cursos.comercioexterior.org/ExcelProfesionalORG>)¹³



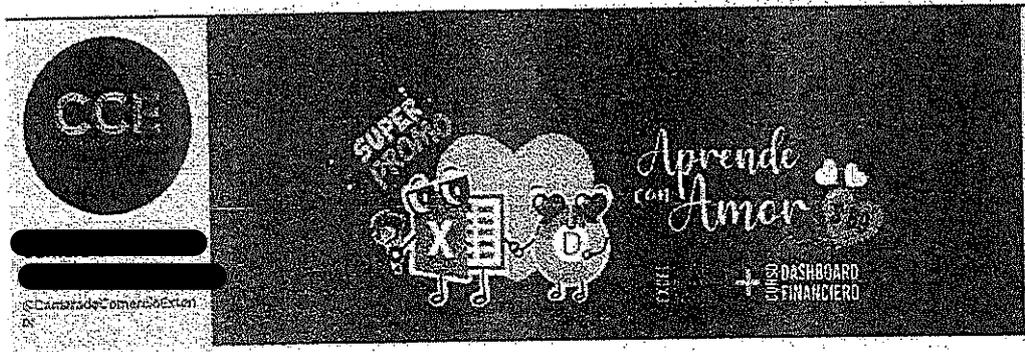
Ahora agrega tu certificado internacional a tu perfil de **LinkedIn**

Obtendrás tu certificado como **Especialista de Microsoft Excel** con:

- Según se aprecia, en el anuncio publicado en la página web de [REDACTED] se indica que el certificado "Especialista de Microsoft Excel" será otorgado por la "Dirección de Educación Continua de la [REDACTED]". Asimismo, se precisa que el documento emitido podrá agregarse como "certificado internacional" en el perfil de LinkedIn.
- (ii) Respecto de la presunta realización de actos de competencia desleal en la modalidad de confusión:

Publicidad difundida a través del fanpage de Facebook de [REDACTED]

([www.facebook.com/\[REDACTED\]](http://www.facebook.com/[REDACTED]))



- En el anuncio publicado en la fanpage de Facebook de [REDACTED]

¹³ Ver foja 3 del Expediente.

¹⁴ Ver foja 3 del Expediente.



PERÚ

Presidencia del Consejo de Ministros

INDECOPI

TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Sala Especializada en Defensa de la Competencia

RESOLUCIÓN 0150-2022/SDC-INDECOPI
INDECOPI EXPEDIENTE 0259-2020/CCD

INSALICACIÓN 000371

OTORGADO NO VALE

se ofrece el curso de Microsoft Excel en los niveles básico, intermedio y avanzado.

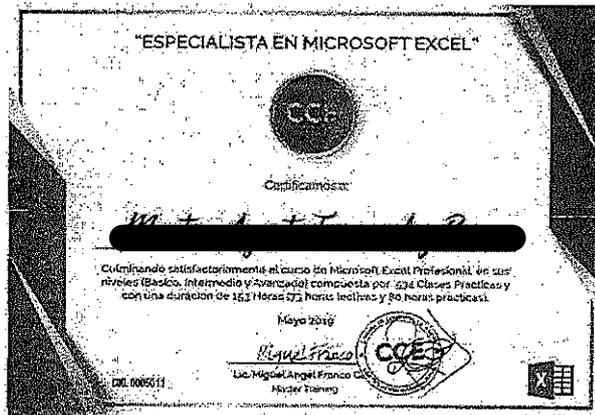
Publicidad difundida a través de la página web de

(<https://www.>)



- En el anuncio publicado en la página web de se indica que el alumno aprenderá con los mejores profesores internacionales y obtendrá la certificación de

Certificado otorgado por a sus clientes¹⁶



¹⁵ Ver foja 2 del Expediente.

¹⁶ Ver foja 3 del Expediente.



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE
LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Sala Especializada en Defensa de la Competencia

RESOLUCIÓN 0150-2022/SDC-INDECOPI

EXPEDIENTE 0259-2020/CCD

III.4. Sobre los actos de engaño

III.4.1 Marco normativo

27. Los actos de engaño son definidos por el artículo 8.1 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal¹⁷ como las actuaciones que podrían inducir, real o potencialmente, a error a los demás agentes económicos sobre la naturaleza, características, calidad y en general sobre los atributos, beneficios o condiciones de un determinado bien o servicio.
28. De acuerdo con este artículo, toda información objetiva y comprobable contenida en una pieza publicitaria debe ajustarse a la realidad, evitando que se desvíen indebidamente las preferencias de los consumidores como consecuencia de las falsas expectativas que podrían generarse respecto las condiciones del producto o servicio anunciado.
29. El artículo 8.3 de la ley antes mencionada dispone que la carga de acreditar la veracidad de las afirmaciones objetivas sobre los bienes o servicios anunciados corresponde a quien las haya difundido como anunciante. En este sentido, este último deberá contar con las pruebas que sustenten la veracidad de sus afirmaciones objetivas con anterioridad a la difusión del anuncio, conforme al deber de sustanciación previa recogido en el artículo 8.4 del mismo cuerpo normativo¹⁸.
30. El mencionado deber contiene una doble finalidad: (i) obliga al anunciante a contar con las pruebas que acrediten la información que se pretende trasladar, por lo que ante el requerimiento de la autoridad debe encontrarse en la capacidad de exhibirlas; y, (ii) asegura a los destinatarios de la publicidad que los anunciantes tienen los soportes respectivos que sustenten los mensajes de corte objetivo que se encuentran difundiendo, reforzando la transparencia en el mercado y reduciendo los costos de transacción vinculados a los productos o servicios publicitados.

¹⁷ Ver nota al pie 1.

¹⁸ **DECRETO LEGISLATIVO 1044. LEY DE REPRESIÓN DE LA COMPETENCIA DESLEAL**

Artículo 8.- Actos de engaño

(...)

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.



PERU

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

SECRETARÍA DE LA UNIFICACIÓN DE LA JURISDICCION
000372
TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE
LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Sala Especializada en Defensa de la Competencia
RESOLUCIÓN 0150-2022/SDC-INDECOPI

000372
NO VALIÓ

EXPEDIENTE 0259-2020/CCD

31. Por otra parte, el artículo 21 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal¹⁹ establece las pautas de enjuiciamiento e interpretación de las manifestaciones publicitarias, precisando que su análisis se debe efectuar de manera integral y teniendo en cuenta el hecho de que el destinatario del anuncio queda influenciado mediante un examen superficial del mensaje publicitario, esto es, captando el referido mensaje en su conjunto y sin efectuar una evaluación detenida de la publicidad, sino bajo una lectura sencilla y propia de un entendimiento usual.
32. Asimismo, debe recordarse que quien atribuye el significado al anuncio es el receptor y no el anunciante, por lo que la intención de este último será irrelevante para delimitar el mensaje de la expresión publicitaria²⁰.
33. Sobre la base de las premisas antes expuestas, y conforme lo ha establecido la Sala en anteriores pronunciamientos²¹, la metodología para evaluar si determinada información contenida en un anuncio publicitario infringe el principio de veracidad o no, consta de los siguientes pasos:
 - (i) **Delimitación del mensaje:** se debe establecer, a partir de una apreciación integral y superficial del anuncio publicitario, en qué consiste el contenido del mensaje que recibe el público; y,
 - (ii) **Verificación de veracidad del mensaje:** una vez delimitado dicho mensaje, la autoridad constatará si el imputado cuenta con medios de prueba constituidos con anterioridad al inicio de difusión del anuncio bajo análisis, en aplicación del deber de sustanciación previa recogido en el artículo 8.4 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal y, de ser

¹⁹ **DECRETO LEGISLATIVO 1044. LEY DE REPRESIÓN DE LA COMPETENCIA DESLEAL**
Artículo 21.- Interpretación de la publicidad

21.1 La publicidad es evaluada por la autoridad teniendo en cuenta que es un instrumento para promover en el destinatario de su mensaje, de forma directa o indirecta, la contratación o el consumo de bienes o servicios.

21.2 Dicha evaluación se realiza sobre todo el contenido de un anuncio, incluyendo las palabras y los números, hablados y escritos, las presentaciones visuales, musicales y efectos sonoros, considerando que el destinatario de la publicidad realiza un análisis integral y superficial de cada anuncio publicitario que percibe. En el caso de campañas publicitarias, éstas son analizadas en su conjunto, considerando las particularidades de los anuncios que las conforman.

²⁰ En el trabajo de Godin – Hoth se señala sobre el particular lo siguiente: *“al interpretar el anuncio se debe asimismo dejar a un lado la significación que la expresión publicitaria tiene para el empresario anunciante (...). Por el contrario, el anuncio y demás expresiones publicitarias son imputadas al anunciante tal y como el público las interpreta, no en el sentido en que el anunciante las entiende o hubiera querido entenderlas”*. GODIN - HOTH, Wettbewerbsrecht, Berlín, 1957, párrafo 3, anotación 5, pág. 93, cita extraída de: FERNÁNDEZ - NÓVOA, Carlos. “La interpretación jurídica de las expresiones publicitarias”. En: FERNÁNDEZ - NÓVOA, Carlos. Estudios de Derecho de la Publicidad. Madrid: Universidad Santiago de Compostela, 1999, p. 74.

²¹ Al respecto, ver las Resoluciones 0084-2018/SDC-INDECOPI del 17 de abril de 2018 y 0147-2018/SDC-INDECOPI del 10 de julio de 2018.



el caso, determinará si en efecto tales elementos prueban la veracidad de lo transmitido.

34. En el caso de la publicidad comercial, únicamente se encuentran sujetas al límite de no engañar previsto en la ley, las expresiones publicitarias que califiquen como objetivas. Esta regla se debe a que solo respecto de las afirmaciones que son susceptibles de ser comprobadas, es que se puede exigir al anunciante que (en cumplimiento del deber de sustanciación previa) proporcione los medios probatorios necesarios para acreditar la veracidad y exactitud de la información trasladada a los consumidores²².

III.4.2 Aplicación al caso concreto

35. Mediante Resolución 12-2022/CCD-INDECOPI, la Comisión declaró infundada la denuncia interpuesta por [REDACTED] contra [REDACTED] la realización de actos de engaño, al considerar que en el anuncio cuestionado no se observa que la denunciada haya manifestado que la empresa Microsoft acreditaría dicho curso ni que le otorgaría validez.
36. Adicionalmente, la Comisión consideró que [REDACTED] sí contaba con presencia internacional en México, Ecuador, Panamá, Costa Rica y Colombia; y, además, con la participación del docente [REDACTED] de nacionalidad [REDACTED] y especialista en Microsoft Office.
37. En su recurso de apelación, [REDACTED] manifestó que la denunciada no cuenta con presencia internacional pues únicamente es titular de buzones de correo en otros países (es decir, oficinas virtuales). Por su parte, en la absolución de la apelación de la denunciante, [REDACTED] señaló que tiene una gran cantidad de clientes provenientes de los países en los que cuenta con oficinas virtuales, constituidas para brindar un mejor servicio de atención al alumno.
38. Por tanto, a efectos de determinar si [REDACTED] incurrió en actos de engaño es necesario efectuar una evaluación integral y superficial de la publicidad cuestionada a efectos de determinar el mensaje difundido y, sobre esta base, analizar si este resulta veraz o no.
39. Al respecto, de una apreciación integral y superficial del anuncio cuestionado²³ se observa que este transmite a los consumidores el mensaje consistente en

²² Ver nota al pie 18.

²³ Ver acápite (I) del numeral 27 de la presente resolución.



PERÚ

Presidencia del Consejo de Ministros

INDECOPI

TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL Sala Especializada en Defensa de la Competencia

RESOLUCIÓN 0159-2022/SDC-INDECOPI EXPEDIENTE 0259-2020/CCD

000373

LO TARJADO NO VALE

que la denunciada otorgará a sus alumnos un certificado como especialista en Microsoft Excel, el cual será otorgado por su Dirección de Educación Continua y podrá ser agregado por dichos alumnos a su perfil de LinkedIn como certificado internacional.

- 40. Por tanto, considerando que la difusión del anuncio materia de denuncia se realizó desde el mes de noviembre de 2020 (según lo señalado por la denunciada²⁴) y en virtud del principio de sustanciación previa, los documentos probatorios que den cuenta de su veracidad debieron ser elaborados con anterioridad a dicha fecha. Lo anterior, de acuerdo con el principio de sustanciación previa, contenido en el artículo 8.4 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal²⁵
- 41. Al respecto, de la revisión del expediente se observa que: (i) [REDACTED] ha suscrito contratos de oficinas virtuales en México, Ecuador, Panamá, Costa Rica y Colombia desde el CONFIDENCIAL [REDACTED] y cuenta actualmente con alumnos registrados de dichos países²⁶; y, (i) uno de los docentes presentado en el anuncio de [REDACTED] es el señor [REDACTED] de nacionalidad [REDACTED] especialista en Microsoft Office desde marzo de 2019²⁷.
- 42. En atención a dichos elementos, corresponde determinar si el mensaje cuestionado en este extremo se encuentra corroborado con la realidad y, en caso de existir discordancia con ella, podrá concluirse que el anuncio publicitario infringe el principio de veracidad, configurando un acto de engaño.
- 43. Ahora bien, de acuerdo con la imputación de cargos por la presunta comisión de actos de engaño, Cámara de Comercio habría difundido un anuncio a través de su página web dando a entender a los consumidores que emitiría un

²⁴ Ver la foja 23 del Expediente.

²⁵ **DECRETO LEGISLATIVO 1044. LEY DE REPRESIÓN DE LA COMPETENCIA DESLEAL**
Artículo 8.- Actos de engaño
(...)
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.

²⁶ De acuerdo con la información contenida en los Anexos 1 y 2 presentados por Cámara de Comercio en su escrito del 8 de agosto de 2022, que fue declarada confidencial por medio del presente pronunciamiento.

²⁷ Ver la foja 199 de expediente, en la que se remite al siguiente enlace web:
[\[REDACTED\]](#)



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE
LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Sala Especializada en Defensa de la Competencia

RESOLUCIÓN 0150-2022/SDC-INDECOPI

EXPEDIENTE 0259-2020/CCD

certificado con validez internacional y acreditación de Microsoft, cuando ello no sería cierto.

44. Sin embargo, de la revisión del anuncio materia de denuncia, se observa que [REDACTED] no ofreció la emisión de un certificado validado o acreditado por Microsoft u otra institución internacional, sino un certificado otorgado por su Dirección de Educación Continua, es decir, por la propia denunciada.
45. De otro lado, se advierte que en la publicidad analizada la denunciada anunció que los alumnos del curso de Microsoft Excel obtendrían una certificación otorgada por [REDACTED] el cual podría agregarse a su perfil de LinkedIn como certificado internacional. Conforme a lo señalado por la denunciada en sus descargos, el carácter "internacional" del certificado ofrecido era veraz, pues los cursos fueron dictados por profesores extranjeros y dicha empresa tenía presencia en otros países como México, Panamá, Costa Rica, Ecuador y Colombia; por lo que los alumnos ubicados en tales países también podrían exhibirlo en sus respectivos perfiles de LinkedIn.
46. En ese sentido, esta Sala observa que [REDACTED] Cámara de Comercio cumplió con el deber de sustanciación previa, pues ha demostrado que contaba con, por lo menos, un profesor internacional para el dictado del curso anunciado, así como con oficinas virtuales en otros países, de manera que el certificado ofrecido también podía ser obtenido por los alumnos ubicados en tales territorios²⁸ (y, de ser el caso, exhibido en sus respectivos perfiles de LinkedIn). De esta manera y contrariamente a lo señalado por [REDACTED] [REDACTED] en su apelación, [REDACTED] ha acreditado que sí contaba con presencia internacional con anterioridad a la difusión del anuncio cuestionado.
47. En atención a lo expuesto, corresponde confirmar la Resolución 12-2022/CCD-INDECOPI en el extremo que declaró infundada la denuncia contra Cámara de Comercio por la presunta comisión de actos de engaño, dado que: (i) en el anuncio contenido en la página web de [REDACTED] se advierte que dicha empresa no ofreció un certificado con acreditación de Microsoft, sino un certificado emitido por su propia Dirección de Educación Continua; y, (ii) el carácter "internacional" del certificado anunciado no resultaba engañoso, pues C. [REDACTED] Comercio acreditó que efectivamente contaba con oficinas virtuales en determinados países como México,

²⁸ Donde incluso cuenta hoy en día con alumnos registrados.



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE
LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Sala Especializada en Defensa de la Competencia

RESOLUCIÓN 0150-2022/SDC-INDECOPI

EXPEDIENTE 0259-2020/CCD

000374

LO TARJADO
NO VALE

Colombia, Costa Rica, Panamá y Ecuador, así como con profesores internacionales.

III.5. Sobre los actos de confusión

III.5.1 Marco normativo

48. El “derecho a imitar” constituye una de las manifestaciones de la libertad de iniciativa privada consagrada en la Constitución Política del Perú, la cual es uno de los principios que rigen el modelo de economía social de mercado. En tal sentido, los agentes se encuentran permitidos de reproducir en sus propios productos o servicios las presentaciones o creaciones ajenas, en la medida que no cause una afectación al interés económico general.
49. No obstante, la libre imitación de iniciativas tiene límites²⁹: (i) los derechos de propiedad intelectual; y, (ii) la buena fe comercial, lo cual significa que la imitación no debe configurar un acto de competencia desleal.
50. En este contexto, el artículo 9 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal³⁰, prohíbe 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 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.
51. La ilicitud radica en la necesidad de asegurar que los consumidores reciban información correcta, pues se procura evitar que estos adopten “*decisiones de mercado fundadas en una incorrecta representación de la realidad acerca de la identidad o procedencia empresarial de una actividad, prestaciones o establecimiento*”³¹.

²⁹ Ello se encuentra recogido en la Resolución 1091-2005/TDC-INDECOPI.

³⁰ **DECRETO LEGISLATIVO 1044. LEY DE REPRESIÓN DE LA COMPETENCIA DESLEAL**
Artículo 9.- Actos de confusión
 9.1.- 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 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.
 9.2.- Los actos de confusión pueden materializarse mediante la utilización indebida de bienes protegidos por las normas de propiedad intelectual.
 (Subrayado agregado)

³¹ MONTEAGUDO, Montiano. *El Riesgo de Confusión del Derecho de Marcas y el Derecho contra la Competencia Desleal*. En: Actas de Derecho Industrial. Tomo XV – 1993. Madrid: Marcial Pons, 1994, p. 96.



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE
LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Sala Especializada en Defensa de la Competencia

RESOLUCIÓN 0150-2022/SDC-INDECOPI

EXPEDIENTE 0259-2020/CCD

52. En tal sentido, no importa si los elementos imitados son muchos o pocos ni la intención de la imputada, pues la intervención de la Autoridad depende de que el contexto de la imitación impida distinguir el origen de las prestaciones y traslade información distorsionada a los consumidores, dificultándoles adoptar adecuadas decisiones de mercado.
53. Al respecto, es pertinente señalar que los actos de confusión directa son aquellos supuestos que pueden inducir al consumidor a tomar dos productos o servicios distintos asumiendo incorrectamente que son los mismos. Por otro lado, la confusión indirecta se produce cuando el consumidor, si bien sabe que ambos productos o servicios son diferentes, entiende que comparten un mismo origen empresarial, cuando en realidad pertenecen a dos concurrentes independientes.
54. Cabe indicar que el análisis de confusión no se agota en las similitudes que - desde la percepción de un consumidor razonable- tienen los productos de la denunciante y de la denunciada. Como esta Sala ha señalado en anteriores pronunciamientos³², también es importante analizar otros factores tales como: la forma y proceso en que estos adquieren el producto o servicio cuestionado, el nivel de experiencia de los consumidores, el nivel de estandarización de las presentaciones en el mercado, entre otros; pues la valoración de estos elementos en conjunto puede reforzar o debilitar el nivel de confusión.

III.5.2 Aplicación al caso concreto

55. Mediante Resolución 12-2022/CCD-INDECOPI, la Comisión declaró infundada la denuncia interpuesta contra [REDACTED] por la presunta realización de actos de confusión. A criterio de la primera instancia, de una apreciación general e integral de cada uno de los elementos cuestionados (en particular, la denominación "[REDACTED]" y el nombre del curso "Excel Profesional"), se aprecia que si bien son similares a los utilizados por la denunciante, ello no puede generar un riesgo de confusión en los consumidores, en la medida que la denominación y el nombre del curso vienen siendo utilizados, de manera similar, en el mercado por distintas empresas.
56. En apelación, [REDACTED] señaló lo siguiente:

- (i) La imitación materia de denuncia se produjo a raíz del contrato de

³² Ver Resoluciones 548-2015/SDC-INDECOPI del 12 de octubre del 2015, 167-2018/SDC-INDECOPI del 9 de agosto de 2018 y 177-2018/SDC-INDECOPI del 23 de agosto del 2018.



PERU

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE
LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Sala Especializada en Defensa de la Competencia

RESOLUCIÓN 0150-2022/SDC-INDECOPI

EXPEDIENTE 0259-2020/CCD

0003

LO TARJADO
NO VALE

alianza estratégica celebrado en marzo de 2018 con [REDACTED]
[REDACTED], cuyo representante es la misma persona que representa a
[REDACTED]. Sin embargo, la resolución impugnada no abordó
el origen de la empresa denunciada ni el incumplimiento del referido
contrato por parte de dicho representante.

- (ii) Sobre el particular, precisa que en virtud de dicho contrato se capacitó a personal de [REDACTED] en la venta de los productos de la denunciante, el manejo de su aula virtual, sus estrategias de marketing, así como en todo el *know how* requerido para llevar a cabo su actividad comercial. A pesar de que se acordó mantener la reserva y confidencialidad del caso, [REDACTED] incumplió los términos del contrato, pues hoy en día su vinculada ([REDACTED] Comercio) realiza actividades similares a las de la denunciante a través del personal capacitado en ejecución de dicho acuerdo.
- (iii) La denunciada copió prácticamente toda su actividad comercial, pues utiliza su misma denominación y forma de trabajo; y, adicionalmente, ofrece cursos similares e incluso idénticos. Para demostrar que dichos actos de imitación generaron confusión en el mercado, presentó junto con su escrito de apelación un correo electrónico enviado por la Municipalidad de San Juan de Lurigancho a [REDACTED] e [REDACTED] (la denunciante), solicitando la remisión de un proyecto de convenio de cooperación institucional, y de cuyo contenido se desprende que [REDACTED] (la denunciada) era la verdadera destinataria de dicha comunicación.

57. Con relación a los alegatos formulados en los puntos (i) y (ii), cabe señalar que durante el trámite del procedimiento [REDACTED] sostuvo que el origen de la imitación que motivó la presente denuncia se hallaba en el contrato de alianza estratégica de telemarketing celebrado en marzo de 2018 con [REDACTED], representada por su gerente general, el señor [REDACTED] (quien también sería gerente general de [REDACTED]). La denunciante alega que al término de dicho contrato, la denunciada copió toda su actividad comercial, utilizando la misma denominación y forma de trabajo, ofreciendo cursos similares o idénticos a los de la denunciante, lo cual implicaría un aprovechamiento del *know how* desarrollado por la recurrente.

58. Al respecto, se debe indicar que la denuncia de [REDACTED] fue interpuesta contra [REDACTED] como persona jurídica y no contra los representantes de la denunciada. En ese sentido, las partes identificadas en el presente procedimiento son [REDACTED] (denunciante) y [REDACTED] (denunciada). Asimismo, cabe resaltar que durante el procedimiento, la denunciante no ha solicitado que se



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPÍ

TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE
LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Sala Especializada en Defensa de la Competencia

RESOLUCIÓN 0150-2022/SDC-INDECOPÍ

EXPEDIENTE 0259-2020/CCD

incorpore al procedimiento como denunciada a alguna otra persona natural o jurídica.

59. Es importante mencionar también que, si bien la recurrente ha precisado que el origen de la presunta imitación se hallaría específicamente en el incumplimiento de la cláusula de confidencialidad contenida en el referido contrato de alianza estratégica por parte de del gerente general de [REDACTED] [REDACTED] (quien también habría sido gerente general de [REDACTED] [REDACTED] [REDACTED]), copiando su actividad comercial y aprovechándose del *know how* desarrollado por la denunciante; lo cierto es que en el presente caso no ha sido materia de denuncia una presunta explotación de secretos empresariales ajenos por parte de dicha persona natural o de las empresas que representaba³³.
60. En efecto, el contenido de la denuncia interpuesta por [REDACTED] [REDACTED] a imputación efectuada con relación a este extremo, se centra en el hecho de que [REDACTED] [REDACTED] habría desarrollado su actividad comercial reproduciendo elementos característicos y similares a los utilizados por la denunciante, como: (i) la denominación "[REDACTED] [REDACTED]" utilizada en su página web, en el *fanpage* y en los certificados que otorgaría a sus clientes; y, (ii) el nombre del curso "Excel Empresarial", junto con la denominación [REDACTED] [REDACTED] en su sitio web; induciendo a error a los consumidores respecto del origen empresarial del servicio.
61. Teniendo en cuenta lo expuesto y en línea con la imputación realizada por el órgano instructor de la primera instancia³⁴, en el presente caso se debe analizar si al reproducir elementos similares a aquellos utilizados por la denunciante en sus actividades comerciales, la denunciada incurrió en actos de confusión.
62. Ahora bien, tal como ha sido desarrollado³⁵, el acto de competencia desleal en la modalidad de confusión implica que el público consumidor se vea impedido de distinguir entre dos productos diferentes o el origen de las prestaciones, es decir, que considere que los productos o servicios son ofrecidos en el

³³ DECRETO LEGISLATIVO 1044. LEY DE REPRESIÓN DE LA COMPETENCIA DESLEAL.

Artículo 13.- Actos de violación de secretos empresariales.-

Consisten en la realización de actos que tengan como efecto, real o potencial, lo siguiente:

a) Divulgar o explotar, sin autorización de su titular, secretos empresariales ajenos a los que se haya tenido acceso legítimamente con deber de reserva o ilegítimamente; (...).

³⁴ Ver punto (ii) del numeral 3 de la presente resolución.

³⁵ Ver numerales 48 al 54 de la presente resolución.



PERÚ

Presidencia del Consejo de Ministros

INDECOPI

TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Sala Especializada en Defensa de la Competencia

RESOLUCIÓN 0150-2022/SDC-INDECOPI

EXPEDIENTE 0259-2020/CCD

009376

LO TARJADO NO VALE

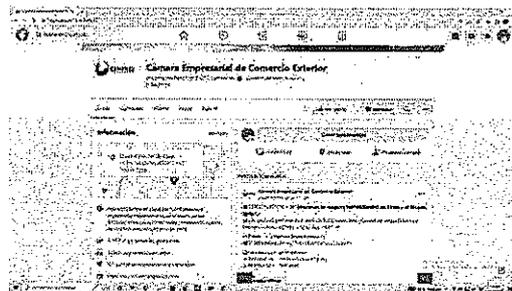
mercado por un mismo agente económico, cuando en realidad son productos o servicios distintos que pertenecen a competidores diferentes.

- 63. En atención a lo expuesto, corresponde que se evalúe si el uso de la denominación [REDACTED] así como de dicha denominación junto con el nombre del curso "Excel Empresarial", podría inducir a error a los consumidores respecto del origen empresarial del servicio ofrecido por la denunciante, al impedir que lo distingan de aquel prestado por la denunciada.
- 64. Sobre el particular, de una revisión de las ofertas correspondientes a otros agentes económicos difundidas en redes sociales como Facebook³⁶, se observa que los términos [REDACTED] constituyen denominaciones comunes en el mercado que usualmente son utilizadas por empresas que se dedican a brindar servicios de educación³⁷:



[REDACTED]

<https://www.facebook.com/camaraexterior.pe>



[REDACTED]

<https://www.facebook.com/CemprexPeru>

³⁶ DECRETO SUPREMO 004-2019-JUS. TEXTO ÚNICO ORDENADO DE LA LEY 27444. LEY DEL PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO GENERAL TÍTULO PRELIMINAR

Artículo IV. Principios del procedimiento administrativo

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

1.11. Principio de verdad material.- En el procedimiento, la autoridad administrativa competente deberá verificar plenamente los hechos que sirven de motivo a sus decisiones, para lo cual deberá adoptar todas las medidas probatorias necesarias autorizadas por la ley, aun cuando no hayan sido propuestas por los administrados o hayan acordado eximirse de ellas.
(...).

³⁷ Fecha de última visita: 11 de octubre de 2022.



PERÚ

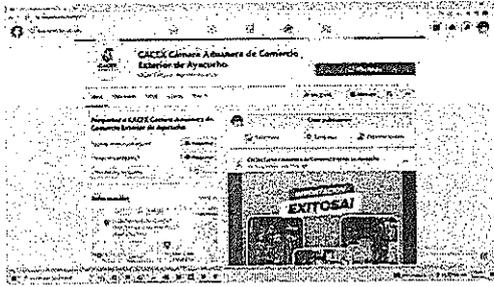
Presidencia del Consejo de Ministros

INDECOPI

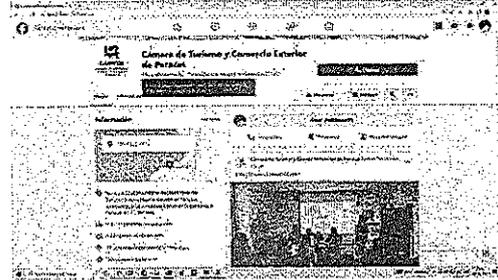
TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL Sala Especializada en Defensa de la Competencia

RESOLUCIÓN 0150-2022/SDC-INDECOPI

EXPEDIENTE 0259-2020/CCD



Ayacucho")



Paracas")

PERU

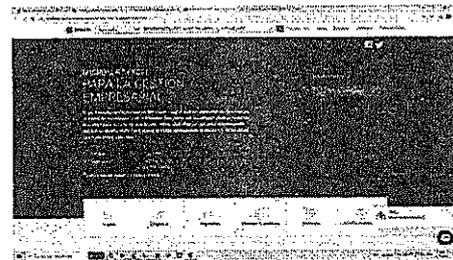
<https://www.facebook.com/capaturparacas>

65. Del mismo modo, el nombre del curso "Excel Empresarial" (de carácter genérico) viene siendo utilizada por varias empresas que se dedican a ofrecer servicios educativos. Al respecto, se han identificado los siguientes ejemplos³⁸:



("EXCEL EMPRESARIAL")

<https://www.cepsuni.edu.pe/categoria-producto/excel-para-la-gestion-empresarial>



("Microsoft Excel PARA LA GESTIÓN EMPRESARIAL")

<https://www.senati.edu.pe/diplomados/microsoft-especialista-en-excel-empresarial/>



("EXCEL EMPRESARIAL")

<https://we-educacion.com/slides/excel-empresarial-47>



("Excel Empresarial – Informática Aplicada en los Negocios")

<https://www.udep.edu.pe/ingenieria/programa/excel-empresarial/>

³⁸ Fecha de última visita: 11 de octubre de 2022



PERU

Presidencia del Consejo de Ministros

INDECOPI

TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Sala Especializada en Defensa de la Competencia

RESOLUCIÓN 0150-2022/SDC-INDECOPI

EXPEDIENTE 0259-2020/CCD

000377

LO TARJADO NO VALE

66. Conforme a lo anterior, esta Sala observa que los elementos cuestionados (la denominación de la institución y el nombre del curso) no resultan aspectos determinantes para establecer la existencia de un acto de confusión respecto del origen empresarial de la oferta comercial de la denunciante y la de la denunciada, pues su uso constituye una práctica común en el mercado.
67. En ese sentido, dichos elementos no podrían generar por sí solos la identificación por parte de los consumidores de un servicio ofrecido por un determinado proveedor en el mercado –como pretende la denunciante–, debido a que constituyen elementos que también son utilizados por otros agentes económicos.
68. Finalmente, la recurrente alegó que la confusión sobre el origen empresarial del servicio ofrecido por la denunciada estaría acreditada por las acciones concretas de determinadas personas (los alumnos que presentaron reclamos confundiendo a la denunciada con la denunciante) o entidades (la Municipalidad de San Juan de Lurigancho, que habría remitido una comunicación a la denunciante que, en realidad, habría estado dirigida a la denunciada). Sin embargo, a criterio de esta Sala, tales equivocaciones se derivarían del uso común de la denominación [REDACTED] o [REDACTED] por parte de diversos agentes económicos en el mercado, según se ha desarrollado en los numerales antecedentes, mas no de la realización de actos de confusión por parte de [REDACTED] a través de su página web, su fanpage de la red social Facebook o los certificados que otorga a sus clientes.
69. En consecuencia, corresponde confirmar la Resolución 12-2022/CCD-INDECOPI en el extremo que declaró infundada la denuncia contra [REDACTED] por la comisión de actos de engaño, pues si bien en el desarrollo de su actividad comercial dicha empresa utiliza elementos similares a aquellos empleados por [REDACTED] (la denominación de la denunciante y el nombre del curso "Excel Empresarial"), se advierte que tales factores no generan -por sí mismos- una identificación clara y específica con la empresa denunciante, pues: (i) la denominación "[REDACTED]" contiene elementos que son usados por diversos agentes económicos en el mercado ("Camara de Comercio", "[REDACTED]"); y, (ii) el nombre del curso "Excel Empresarial" es genérico y viene siendo utilizado, de manera similar, en el mercado por distintas empresas.

IV. RESOLUCIÓN DE LA SALA

PRIMERO: declarar la confidencialidad de la información contenida en el Anexo 1 ("Contratos para oficina virtual") y en el Anexo 2 ("Lista de estudiantes extranjeros")

M-SDC-02/02
Vigencia del Modelo: 2020-03-11

27/28



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE
LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Sala Especializada en Defensa de la Competencia

RESOLUCIÓN 0150-2022/SDC-INDECOPI

EXPEDIENTE 0259-2020/CCD

del escrito del 8 de agosto de 2022 presentado por **Cámara de Comercio Exterior S.A.C.**, de conformidad con la Ley de Represión de la Competencia Desleal y la Directiva 001-2008/TRI-INDECOPI.

SEGUNDO: confirmar la Resolución 12-2022/CCD-INDECOPI del 12 de abril de 2022 en el extremo que declaró infundada la denuncia presentada por **Cámara de Comercio Exterior S.A.C.** contra **Cámara de Comercio Exterior S.A.C.** por la presunta comisión de actos de engaño, supuesto previsto en el artículo 8 del Decreto Legislativo 1044 – Ley de Represión de la Competencia Desleal.

TERCERO: confirmar la Resolución 12-2022/CCD-INDECOPI del 12 de abril de 2022 en el extremo que declaró infundada la denuncia presentada por **Cámara de Comercio Exterior S.A.C.** contra **Cámara de Comercio Exterior S.A.C.** por la presunta comisión de actos de confusión, supuesto previsto en el artículo 9 del Decreto Legislativo 1044 – Ley de Represión de la Competencia Desleal.

Con la intervención de los señores vocales Silvia Lorena Hooker Ortega, Ana Rosa Cristina Martínelli Montoya, José Francisco Martín Perla Anaya y Carmen Jacqueline Gavelán Díaz.



Firmado digitalmente por HOOKER
ORTEGA Silvia Lorena FAU
20133840533 soft
Malivo: Soy el autor del documento
Fecha: 25/10/2022 08:25:28 -05:00

SILVIA LORENA HOOKER ORTEGA
Vicepresidenta