

FACULTAD DE DERECHO

**INFORME JURÍDICO DE EXPEDIENTE
ADMINISTRATIVO N° 001-2018/CCD-INDECOPI-AQP**



**PRESENTADO POR
ISAAC RAUL PUERTAS SALAZAR**

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

**LIMA – PERÚ
2023**

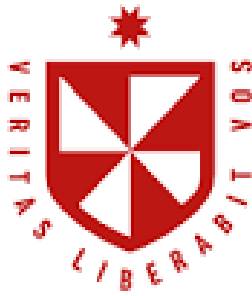


CC BY-NC-SA

Reconocimiento – No comercial – Compartir igual

El autor permite transformar (traducir, adaptar o compilar) a partir de esta obra con fines no comerciales, siempre y cuando se reconozca la autoría y las nuevas creaciones estén bajo una licencia con los mismos términos.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/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° 001-2018/CCD-INDECOPI-AQP

Materia : COMPETENCIA DESLEAL

Entidad : INDECOPI

Bachiller : PUERTAS SALAZAR ISAAC RAUL

Código : 2016129855

LIMA – PERÚ

2023

El presente informe jurídico tratará sobre el Expediente 001-2018/CCD-INDECOPI-AQP sobre Competencia Desleal. Con fecha 9 de marzo de 2018, A. J. C. L. denunció a INST. DE PROMOCION CULTURAL A. BRYCE S.A.C. por la presunta comisión de actos de competencia desleal en la modalidad de actos de engaño. El denunciante afirma que la publicidad versada por el denunciado en el Diario Correo en el especial temático postulante el 5 de marzo de 2018 que consigna lo siguiente: “1ros en las tres áreas”, “1 MEDICINA ASTRID LAVILLA”, “Proceso UNSA 2018 examen realizado: 04 marzo 2018”, “1 ING. CIVIL OCTAVIO APAZA” habría sido inexacta e induciría a error a los consumidores tal como lo hizo con él. La Secretaría Técnica, luego de lograr identificar a plenitud al denunciado como Grupo Bryce S.A.C. (en adelante Bryce), decide hacer la imputación de cargos.

El 13 de agosto de 2020, la Comisión de la Oficina Regional del INDECOPI – Arequipa (en adelante Comisión) resuelve declarando fundada la imputación debido a que la afirmación “EXAMEN REALIZADO: 04 DE MARZO 2018” podría provocar que los consumidores asuman que los alumnos mencionados en la publicidad ingresaron en los primeros puestos bajo la modalidad CEPRUNSA realizado el 4 de marzo de 2018, por lo que Bryce habría inducido a error a los consumidores. Ante esto, el 19 de octubre de 2020, Bryce interpone recurso de apelación para que, finalmente, el 20 de mayo de 2021, la Sala Especializada en Defensa de la Competencia (en adelante Sala) revocó la resolución de la Comisión reformándola, declarándola infundada, indicando que haber consignado “EXAMEN REALIZADO: 04 DE MARZO 2018” no induciría al público a considerar que la información versada por el anuncio era referida al Proceso Ordinario CEPRUNSA.

NOMBRE DEL TRABAJO

PUERTAS SALAZAR.docx

RECUENTO DE PALABRAS

6346 Words

RECUENTO DE CARACTERES

33231 Characters

RECUENTO DE PÁGINAS

25 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

53.2KB

FECHA DE ENTREGA

Feb 24, 2023 3:46 PM GMT-5

FECHA DEL INFORME

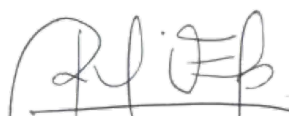
Feb 24, 2023 3:47 PM GMT-5**● 21% de similitud general**

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

- 21% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 17% 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)



Augusto Espinoza Bonifaz - Instituto de Investigación

ÍNDICE

CAPÍTULO I	4
RELACIÓN DE LOS PRINCIPALES HECHOS EXPUESTOS POR LAS PARTES QUE INTERVIENEN EN EL PROCEDIMIENTO	4
1.1 Denuncia.....	4
1.2 Escrito adicional.....	5
1.3 Actuación de la Secretaría Técnica.....	5
1.4 Resolución N.º 2.....	6
1.5 Respuesta por parte de Empresa Editora El Comercio S.A.	7
1.6 Imputación de cargos.....	7
1.7 Resolución de primera instancia.....	7
1.8 Recurso de apelación.....	8
1.9 Resolución de segunda instancia.....	9
CAPÍTULO II	10
IDENTIFICACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS PRINCIPALES PROBLEMAS JURÍDICOS DEL EXPEDIENTE	10
a) ¿Se dio la comisión de actos de engaño, infracción tipificada en el artículo 8.1 del Decreto Legislativo 1044 mediante la difusión del anuncio publicado en el Diario Correo el 5 de marzo de 2018?.....	10
Identificación.....	10
Análisis.....	10
CAPÍTULO III	12
POSICION FUNDAMENTADA SOBRE LOS PROBLEMAS JURIDICOS IDENTIFICADOS	12
a) ¿Se dio la comisión de actos de engaño, infracción tipificada en el artículo 8.1 del Decreto Legislativo 1044 mediante la difusión del anuncio publicado en el Diario Correo el 5 de marzo de 2018?.....	12
CAPÍTULO IV	19
POSICION FUNDAMENTADA SOBRE LAS RESOLUCIONES EMITIDAS	19
a. Resolución emitida por la Comisión de la Oficina Regional del INDECOPI – Arequipa.....	19
b. Resolución emitida por la Sala Especializada en Defensa de la Competencia.....	20
CAPÍTULO V	22
CONCLUSIONES	22
BIBLIOGRAFIA	24
ANEXOS	25

CAPÍTULO I

RELACIÓN DE LOS PRINCIPALES HECHOS EXPUESTOS POR LAS PARTES QUE INTERVIENEN EN EL PROCEDIMIENTO

1.1 Denuncia

El 9 de marzo de 2018, el señor A. J. C. L. (en adelante, el denunciante) formuló denuncia en contra de INST. DE PROMOCION CULTURAL A. BRYCE S.A.C. (en adelante, Academia) por publicidad engañosa en base a los siguientes hechos:

- El 5 de marzo de 2018, mediante encarte de publicidad en el diario El Correo, se utilizó el nombre y la imagen de diversos ingresantes a la Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa - UNSA en primeros puestos en el proceso de admisión UNSA 2018, afirmando el denunciante que esto no vendría a ser cierto. En dicha publicidad se veía que la Academia anuncia “1ros en las tres áreas”, “1 MEDICINA ASTRID LAVILLA”, “Proceso UNSA 2018 examen realizado: 04 marzo 2018”, “1 ING. CIVIL OCTAVIO APAZA.”
- Manifiesta el denunciante que, al investigar más a fondo, encuentra que, según los resultados oficiales publicados por la UNSA, los primeros puestos de dichas carreras serían personas con nombres totalmente diferentes:
 - Primero en Medicina y en el área de biomédicas: Dinos León, María de los Ángeles.
 - Primero en Ingeniería Civil y en el área de ingenierías: Roque Quispe, Jesús Josué.
 - Primero en Derecho y en el área de sociales: Pezo Ferata, Marco Antonio.
- Luego de una búsqueda exhaustiva, menciona el denunciante, encontró que si bien las personas anunciadas por la Academia ingresaron a la UNSA, fue bajo la modalidad de Profesionales, más no bajo la modalidad de CEPREUNSA o EXTRAORDINARIO-PRIMEROS PUESTOS. Refiere también que los puntajes obtenidos por estas personas -Astrid Lavilla y Octavio Apaza- es mucho menor

al obtenido por los primeros puestos arriba señalados; por lo que concluye que dicha información publicitada es exagerada y engañosa, así como que se siente afectado porque lo impreciso, inexacto e incompleto de dicha información pudo haberlo llevado a tomar una decisión errónea.

A raíz de lo señalado, el denunciante solicitó:

- El inicio del proceso sancionador.
- El retiro de la publicidad.

Por último, adjuntó los siguientes documentos para respaldar su denuncia:

- Encarte de la publicidad difundida por el diario El Correo del 5 de marzo de 2018.
- Relación de ingresantes a la UNSA.

1.2 Escrito adicional

Con fecha 9 de abril de 2018, mediante proveído N.º 1, el INDECOPI requirió al denunciante que cumpla con señalar el nombre y dirección de la denunciada ya que al realizar la búsqueda del denunciado a través de la consulta RUC de la SUNAT, se verificó que su estado era “baja de oficio” y la dirección era distinta a la consignada por el denunciante en su escrito. También se requirió que cumpla con presentar el encarte publicitario del diario Correo publicado el 5 de marzo de 2018, bajo apercibimiento de declarar inadmisibile su escrito de denuncia.

Ante esto, el denunciante se limitó a reiterar el domicilio declarado en la denuncia, así como adjuntó el encarte pedido.

1.3 Actuación de la Secretaría Técnica

Ante la respuesta del denunciante, con fecha 7 de junio de 2018, el INDECOPI remitió la Carta N.º 88-2018/INDECOPI-AREQUIPA al Grupo Epena S.A.C. solicitando el nombre del contratante del anuncio difundido en la página 3 del suplemento “especial temático postulante” en el diario Correo en la edición del lunes 5 de marzo de 2018 en el que se promocionaba los ingresantes de la Academia al Proceso UNSA 2018 y se le proporcione las boletas de venta, comprobantes de pago o factura que se

emitió por la contratación del servicio. Misma carta que reiteró con el mismo contenido el 16 de julio de 2018 mediante Carta N.º 164-2018/INDECOPI-AREQUIPA.

Con fecha 24 de julio de 2018, el Grupo Epena S.A.C. respondió la carta remitida a ellos informando que no prestan el servicio de publicidad, pues se encargan únicamente de las notas periodísticas publicadas en el diario Correo. Asimismo indicó que la Empresa Editora El Comercio S.A. es titular del nombre comercial del Diario Correo, por lo que es quien presta y responde por los avisos publicitarios presentados en las ediciones del diario. Concluye su escrito presentando la dirección de la empresa y reiterando que no cuenta con la información solicitada.

Con fecha 13 de agosto de 2018, mediante Carta N.º 176-2018/INDECOPI-AREQUIPA dirigida a Empresa Editora El Comercio S.A. solicitando el nombre del contratante del anuncio difundido en la página 3 del suplemento “especial temático postulante” en el diario Correo en la edición del lunes 5 de marzo de 2018 en el que se promocionaba los ingresantes de la Academia al Proceso UNSA 2018 y se le proporcione las boletas de venta, comprobantes de pago o factura que se emitió por la contratación del servicio, misma que no fue respondida.

1.4 Resolución N.º 2

Con fecha 15 de octubre de 2018, la Secretaría Técnica, haciendo un resumen de todas las actuaciones realizadas comentadas líneas arriba, al no haber individualizado al denunciado toda vez que el denunciante, si bien ha señalado el nombre de la Academia, no habría señalado el RUC de esta. Luego de realizar la búsqueda de la denunciada en la página web de la SUNAT, se verificó que esta, en su estado de contribuyente, figura como baja de oficio y se consigna una dirección diferente a la proporcionada por el denunciante en su primer escrito.

Ante los intentos de la Secretaría Técnica por individualizar al denunciado, no logró obtener la dirección de este, siendo que la última carta que remitió a Empresa Editora El Comercio S.A. no fue respondida negando la posibilidad de individualizar al denunciado.

Por tanto, la Secretaría Técnica resolvió Suspender la tramitación del procedimiento hasta que la Empresa Editora El Comercio S.A. informe el

nombre del contratante del anuncio difundido en la página 3 del suplemento “especial temático postulante” en el diario Correo en la edición del lunes 5 de marzo de 2018 en el que se promocionaba los ingresantes de la Academia al Proceso UNSA 2018 o, en su defecto, el denunciante cumpla con precisar el nombre de la denunciada.

1.5 Respuesta por parte de Empresa Editora El Comercio S.A.

Con fecha 6 de noviembre de 2018, la Empresa Editora El Comercio S.A. respondió la carta remitida a ellos detallando el nombre, RUC y dirección de la denunciada, así como adjuntó una copia de la factura electrónica que se emitió por la contratación del servicio.

1.6 Imputación de cargos

El 04 de febrero de 2020, mediante la resolución número 3, la Secretaría Técnica, tras un breve repaso de su actuación hasta el momento y habiendo logrado individualizar al denunciado, resolvió imputar a Grupo Bryce S.A.C. (en adelante, Bryce) la presunta comisión de actos de engaño, infracción tipificada en el artículo 8.1 del Decreto Legislativo N.º 1044, basándose en:

- Que para la Secretaría Técnica, el denunciado, mediante la difusión del anuncio publicado el 5 de marzo de 2018, habría afirmado que en el examen de admisión a la Universidad Nacional San Agustín, CEPREUNSA realizado el 4 de marzo de 2018, la alumna Astrid Lavilla habría ingresado en el primer puesto a la carrera de medicina, así como el alumno Octavio Apaza habría ingresado en el primer puesto a la carrera de Ingeniería Civil en el mismo examen; por lo que la Secretaría Técnica considera que Bryce habría inducido a error a los consumidores respecto de la eficacia de la enseñanza que se brinda en la academia preuniversitaria Bryce, toda vez que las afirmaciones que contiene el cuestionado anuncio podrían no ser exactas.

1.7 Resolución de primera instancia

El 13 de agosto de 2020, la Comisión de la Oficina Regional del INDECOPI – Arequipa, mediante Resolución 337-2020/CCD-INDECOPI-AQP, resolvió:

- a) Declarar fundada la imputación contra Bryce por la infracción tipificada en el artículo 8.1 del Decreto Legislativo N.º 1044 respecto de la publicidad difundida en el diario El Correo.
- b) Sancionar a Bryce con una multa de 10 unidades impositivas tributarias (UIT).
- c) Ordenar a Bryce, en calidad de medida correctiva, el cese definitivo e inmediato de la difusión del anuncio infractor o de cualquier otro semejante en tanto presenten un mensaje engañoso de similar naturaleza y/o efecto.

1.8 Recurso de apelación

Con fecha 19 de octubre de 2020, Bryce interpuso recurso de apelación contra la resolución de primera instancia a efectos de que se revoque esta declarando infundada la imputación de la infracción atribuida en su contra bajo los siguientes fundamentos:

- Que mediante Resolución de Consejo Universitario N.º 314-2017 de fecha 21 de junio de 2017 emitido por la UNSA se aprobó el “Reglamento de admisión, Cuadro de Vacantes y Cronograma del Proceso de Admisión 2018” en el que se estableció, en su artículo 13, dos tipos de admisión: a) Ordinario que comprendía las modalidades de Ordinaria en 2 fases, ordinaria CEPREUNSA en 2 fases, CEPREUNSA QUINTOS en 1 fase y ordinaria filiales en 1 fase; y, b) Extraordinario que comprendía alumnos del primer y segundo puesto de los colegios de Arequipa, titulados o graduados de universidades y los oficiales de las Fuerzas Armadas y Policía Nacional del Perú, entre otros convocando a examen de admisión en todas estas modalidades.
- Que la UNSA convocó al examen llevado a cabo el 4 de marzo de 2018 y se llevó a cabo de manera simultánea 2 exámenes: uno correspondiente a la modalidad ordinaria CEPREUNSA y el otro correspondiente al examen extraordinario.
- De lo anterior, mediante el examen extraordinario llevado a cabo el 4 de marzo de 2018 en el tipo “Profesionales” ingresó como primer lugar en la carrera de medicina Astrid Lavilla, así como que Octavio Apaza ingresó, de igual manera, en primer lugar a la carrera de

Ingeniería Civil. Esto según se desprende de la Relación Oficial de Ingresantes por Orden de Mérito de dicho examen publicado por la UNSA.

- Asimismo refiere que tanto Astrid Lavilla como Octavio Apaza han sido alumnos de Bryce según se desprende de los reportes de asistencia, notas y otros de dichos alumnos.
- Que en el anuncio publicado el 5 de marzo de 2018 en el Diario Correo se hizo referencia al examen llevado a cabo el 4 de marzo de 2018 correspondiente al proceso UNSA 2018 haciéndose alusión al ingreso de Astrid Lavilla y Octavio Apaza en los primeros lugares de las carreras de Medicina e Ingeniería Civil respectivamente porque dichos alumnos habrían ocupado los referidos puestos. Debe tener en consideración que no se hizo alusión alguna al examen CEPREUNSA.

Mediante Resolución N.º 4 del 26 de octubre de 2020, la Secretaría Técnica concedió el recurso de apelación formulado por Bryce.

1.9 Resolución de segunda instancia

Mediante Resolución 0070-2021/SDC-INDECOPI del 20 de mayo de 2021, la Sala Especializada en Defensa de la Competencia resolvió:

- Revocar la Resolución 337-2020/CCD-INDECOPI-AQP del 13 de agosto de 2020 en el extremo que halló responsable a Bryce por la comisión de actos de competencia desleal en la modalidad de engaño y, reformándola, se declara infundada la imputación en su contra.
- Dejar sin efecto la medida correctiva y la multa de 10 UIT impuestas a Bryce mediante Resolución 337-2020/CCD-INDECOPI-AQP del 13 de agosto de 2020.

CAPÍTULO II

IDENTIFICACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS PRINCIPALES PROBLEMAS JURÍDICOS DEL EXPEDIENTE

Una vez revisados los actuados del presente expediente, corresponde identificar los problemas jurídicos presentes que afectan de manera directa al desarrollo y conclusión del caso. Es así como se puede establecer el siguiente problema jurídico:

- a) ¿Se dio la comisión de actos de engaño, infracción tipificada en el artículo 8.1 del Decreto Legislativo 1044 mediante la difusión del anuncio publicado en el Diario Correo el 5 de marzo de 2018?**

Identificación

El primer y único problema jurídico consta en determinar si la Academia ha incurrido en actos de engaño, infracción tipificada en el artículo 8.1 del Decreto Legislativo N.º 1044, por la publicación de su anuncio que esgrima que Astrid Lavilla habría ingresado en primer lugar a la carrera de medicina, así como que Octavio Apaza habría ingresado también en primer puesto a la carrera de ingeniería civil, esto se desprende de la denuncia presentada por A. J. C. L. al percatarse de dicha publicidad.

Entorno a esto, el problema jurídico consiste en determinar si la Academia ha incurrido en actos de engaño con la publicidad versada en el Diario Correo el 5 de marzo de 2018.

Análisis

El artículo 8.1 del Decreto Legislativo N.º 1044 – Ley de la Represión de la Competencia Desleal menciona que los actos de engaño “consisten en la realización de actos que tengan como efecto inducir a error a otros agentes del mercado sobre los atributos, beneficios o condiciones respecto a los bienes o servicios que el agente económico pone a disposición en el mercado”, entendiéndose que toda acción que induzca a error a un agente del

mercado, sin importar cuál haya sido la motivación del anunciante, es un acto de engaño.

Al respecto, Bercovitz Rodríguez (2022, p. 355) señala que “existe engaño siempre que las indicaciones que se destinan a atraer a los clientes potenciales inducen a error sobre las características de la prestación que se ofrece”, asimismo, en el mismo texto menciona que “los actos de engaño perjudican a todos los que participan en el mercado, en la medida en que se provoca una decisión de la clientela basada en una prestación que induce a error” (Bercovitz Rodríguez, 2022, p. 355). De lo citado podemos deducir que los actos de engaño son gravosos para la libre competencia, los mismos que se configuran si lo expuesto con aquello destino a atraer a los clientes -en el caso que nos apremia, la publicidad- induce a error sobre las características de lo ofrecido.

De la misma forma, es relevante traer a colación la Resolución N.º 0133-2012/SC1-INDECOPI, donde establece en el considerando 42, citando a la Comisión Federal de Comercio de Estados Unidos de América, que “en aquellos casos en que la publicidad ampara más de una interpretación para el consumidor razonable -una de las cuales transmite información falsa- el anunciante será responsable por la interpretación inexacta derivada de sus anuncios.”

Para dar más contundencia a la Resolución citada en el párrafo anterior, tenemos el inciso 2 del artículo 21 del Decreto Legislativo N.º 1044 – Ley de la Represión de la Competencia Desleal que menciona que la evaluación de la publicidad “se realiza sobre todo el contenido de un anuncio, considerando que el destinatario de la publicidad realiza un análisis integral y superficial de cada anuncio publicitario que percibe.”

CAPÍTULO III

POSICION FUNDAMENTADA SOBRE LOS PROBLEMAS JURIDICOS IDENTIFICADOS

- a) **¿Se dio la comisión de actos de engaño, infracción tipificada en el artículo 8.1 del Decreto Legislativo 1044 mediante la difusión del anuncio publicado en el Diario Correo el 5 de marzo de 2018?**

El presente problema jurídico, en línea con la imputación realizada por la secretaría técnica, fue el presunto acto de engaño realizado por Bryce por medio de la publicidad difundida en Diario Correo el 5 de marzo de 2018 en la página 3 del suplemento “especial temático postulante” donde se vería que este anuncia “1ros en las tres áreas”, “1 MEDICINA ASTRID LAVILLA”, “Proceso UNSA 2018 examen realizado: 04 marzo 2018”, “1 ING. CIVIL OCTAVIO APAZA.”

Si bien este problema jurídico es el único que presenta el expediente en análisis, esto no significa que no sea de gran complejidad ya que debe realizarse un análisis más allá de lo superficial. Para ello es importante partir desde el qué es un acto de engaño en el Decreto Legislativo 1044 – Ley de Represión de la Competencia Desleal que en su artículo 8, numeral 1 nos dice:

(...) 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 artículos que posee dicho agente, incluido todo aquello que representa su actividad empresarial.

Por otro lado, la doctrina los define como:

(...) aquellos mediante los cuales se utiliza o difunde información incorrecta, falsa u omite la verdadera o realiza cualquier tipo de

práctica que tenga por finalidad inducir a error a los consumidores, en relación a las características de algún servicio o producto. El engaño puede ejecutarse a través de la publicidad como en medios no publicitarios o incluso de forma verbal. (Aramayo Baella y cols. 2013, p. 35)

Asimismo, resaltamos lo ya esbozado en el capítulo anterior toda vez que el análisis lo demanda:

(...) perjudican a todos los que participan en el mercado, tanto a competidores como a los consumidores, en la medida que se provoca una decisión de la clientela basada no en las prestaciones que realmente se ofrecen, sino en una presentación que induce a error. (Bercovitz Rodríguez, 2002, p. 362)

Antes de concluir con un concepto, es importante dar cuenta de los efectos que produce este tipo de práctica:

(...) el engaño no solo afecta a los consumidores (quienes confiando en la información incorrecta pueden sufrir un daño económico u otro daño aún más grave), sino también perjudica al competidor honrado (quien pierde clientela) y al mercado (disminuyendo la transparencia, con las implicancias que ello trae para la economía y el bienestar en general). (Bullard Gonzáles & Patrón Salinas, 1999, p. 433)

Entonces podemos entender a los actos de engaño como aquellos destinados a inducir a error no solo a los consumidores, sino también a otros agentes de mercado respecto de las características, calidad, condiciones, entre otros del producto ofrecido. Esto producirá un efecto negativo tanto en consumidores como en los competidores honrados y al mercado mismo afectando la leal competencia.

Ahora bien, sabiendo a qué nos enfrentamos, debemos entender cuál es la metodología que utiliza el INDECOPI para los casos de publicidad engañosa.

El Decreto Legislativo 1044, en su artículo 21, nos dice que la publicidad es evaluada teniendo en cuenta que esta es un instrumento que busca que el consumidor contrate o consuma los productos o servicios ofertados; por ende, se realiza una evaluación de todo el contenido de la publicidad al considerar que el destinatario de la publicidad realiza un análisis integral y superficial de cada anuncio que percibe.

Partiendo del punto anterior, en Lineamientos sobre Competencia Desleal y Publicidad Comercial del INDECOPI (2020, p.19) ha establecido que la metodología para evaluar si la información de determinado anuncio es engañosa o no consta de dos pasos: (i) establecer en qué consiste el contenido del mensaje transmitido a través de una apreciación integral y superficial del anuncio; y (ii) corroborar que el resultado se ajuste a la realidad. Ante esto, la Resolución N° 0129-2020/ SDC-Indecopi entiende que un análisis integral y superficial se dará sobre todo el contenido del anuncio sin incurrir en interpretaciones complejas o forzadas, es decir, bajo una interpretación simple toda vez que es el consumidor, remitente de la publicidad, quien define bajo sus propios parámetros el mensaje publicitario.

Teniendo en cuenta todo lo esbozado, es primordial para reconocer si existió o no el acto de engaño, hacer una evaluación del contenido de forma integral y superficial para que se compare el resultado de dicho análisis con la realidad y si, de la misma manera, sin dejar de ser una interpretación simple, es lo que el destinatario del anuncio, el consumidor, ha definido como el mensaje publicitario.

Pero ¿quién tiene la carga de la prueba? El artículo 8, numeral 3 del Decreto Legislativo 1044 menciona que es el anunciante quien debe acreditar la veracidad y exactitud de las afirmaciones versadas en la publicidad toda vez que, según la exposición de motivos de la misma norma, son los proveedores quienes deben contar con el sustento de lo que afirman a través de la publicidad para garantizar la veracidad del mensaje. Entonces entendemos que es el anunciante quien tiene la carga de acreditar lo versado en el anuncio mientras se trate de

afirmaciones objetivas y estas pruebas deben existir inclusive, según el artículo 8 numeral 4 del mismo texto legal, antes de que la publicidad se muestre al público. Esto es el llamado deber de sustanciación previa.

Podemos concluir que es el anunciante quien tiene el deber de probar las afirmaciones objetivas que se encuentran en la publicidad y que dichas pruebas deben haber sido constituidas antes de que dicho anuncio se muestre al público bajo el llamado deber de sustanciación previa que según los Lineamientos sobre publicidad engañosa (2015):

(...) constituye la única forma como el anunciante debe ejercer la actividad probatoria del deber de veracidad, conforme a lo regulado en el artículo 8.4 del Decreto Legislativo 1044. De esta manera, las reglas de pertinencia y admisibilidad de los medios probatorios ofrecidos en un procedimiento por las partes se deben guiar por la regla general de sustanciación previa, con lo cual se debe admitir y evaluar solo aquellos probatorios pre-constituidos presentados por el anunciante, esto es, aquellos que han sido elaborados con anterioridad a la difusión del anuncio publicitario.

Ahora bien, habiendo analizado qué es un acto de engaño, su concepto, efectos y consecuencias, al igual que habiendo determinado la metodología a seguir por el INDECOPI, corresponde evaluar el caso que nos apremia.

De un análisis superficial e integral de la publicidad versada por Bryce se puede observar las siguientes afirmaciones: “1ros en las tres áreas”, “1 MEDICINA ASTRID LAVILLA”, “Proceso UNSA 2018 examen realizado: 04 marzo 2018”, “1 ING. CIVIL OCTAVIO APAZA.”

Estas afirmaciones son datos comprobables, por lo que serían de carácter objetivo. En palabras de Maguiña Pardo y Sosa Huapaya (2010, p. 103) “este tipo de publicidad comunica a través de sus afirmaciones y/o imágenes, datos verificables, medibles o comprobables.”

Teniendo en cuenta lo anterior, el denunciado presentó como medios probatorios un extracto del Reglamento de Proceso de Admisión 2018, la publicación oficial de Convocatoria al Proceso de Admisión 2018-UNAS y la publicación oficial de la UNSA, en orden de mérito, del Concurso de Admisión 2018-extraordinario. Teniendo en cuenta que estos documentos fueron emitidos el 4 de marzo de 2018 frente al anuncio publicitario contratado por Bryce difundido el 5 de marzo de 2018, las pruebas presentadas cumplirían con el deber de sustanciación previa.

Si bien las pruebas presentadas por Bryce en el recurso de apelación corroboran la veracidad de las afirmaciones objetivas que se exponían en el anuncio publicitado el 5 de marzo de 2018 en el Diario Correo toda vez que, efectivamente, Astrid Lavilla obtuvo el primer puesto en la carrera de medicina, así como Octavio Apaza obtuvo también el primer puesto en la carrera de ingeniería civil; sin embargo, dicha publicidad solo menciona que ingresaron en el Proceso UNSA 2018, así como la fecha en la que se llevó a cabo el examen omitiendo que estos habrían tomado el examen de admisión bajo la modalidad Extraordinario: titulados o graduados de universidades.

A pesar de que Bryce no ha anunciado nada que no sea cierto, teniendo en cuenta que el principio de veracidad, según los Lineamientos sobre publicidad engañosa (2015), es “la obligación de no inducir a error al consumidor sobre las características, atributos o condiciones de los bienes o servicios que ofrecen en el mercado”, sabiendo que un consumidor razonable realiza un análisis integral y superficial, es decir, un análisis simple, la pregunta cae por sí sola: ¿ha transmitido, Bryce, información falsa?

Antes de entrar de lleno a la pregunta que nos apremia, es importante desarrollar la figura de consumidor razonable. En los Lineamientos sobre Competencia Desleal y Publicidad Comercial del INDECOPI (2020, p.7) nos dice que:

El consumidor razonable actúa en el mercado con la diligencia ordinaria con que se desenvuelve en la vida diaria, juzgando la información a la cual tiene acceso, principalmente a partir de su experiencia, atendiendo al significado usual de las palabras, frases y oraciones, prefiriendo, de varias interpretaciones posibles, aquella que surge naturalmente a sus ojos.

Teniendo en claro esto es importante resaltar que, en síntesis, el consumidor razonable o diligente prefiere interpretar la información a la que tiene acceso, en este caso la publicidad, con aquella manifestación que surja naturalmente a sus ojos, en otras palabras, no realizará un mayor esfuerzo que aceptar la primera idea que se genere al percibir el estímulo publicitario sin recurrir a mayores fuentes de información de por medio.

Yendo a la publicidad en sí, de un análisis superficial de lo anunciado: “1ros en las tres áreas”, “1 MEDICINA ASTRID LAVILLA”, “Proceso UNSA 2018 examen realizado: 04 marzo 2018”, “1 ING. CIVIL OCTAVIO APAZA.” Si bien no hay ninguna información falsa, podemos darnos cuenta de que el anunciante ha evitado decir que las mencionadas personas ingresaron bajo la modalidad Extraordinario: titulados o graduados de universidades; entonces, de un análisis simple, podemos inferir que el consumidor razonable habría interpretado que dichas personas que aparecen en la publicidad habrían ingresado bajo la modalidad ordinaria dando una idea distinta respecto a la calidad educativa que ofrece Bryce en contraparte de la calidad educativa que en realidad oferta.

Respecto al párrafo anterior, trayendo a colación nuevamente la Resolución N.º 0133-2012/SC1-INDECOPI, en el considerando 42 citando a la Comisión Federal de Comercio de Estados Unidos de América, establece que “en aquellos casos en que la publicidad ampara más de una interpretación para el consumidor razonable -una de las cuales transmite información falsa- el anunciante será responsable por la interpretación inexacta derivada de sus anuncios.” En la misma

resolución, en el considerando 43 donde menciona la Directiva 2005/29/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, estable que “se considerará también que hay omisión engañosa cuando un comerciante oculte la información sustancial (...), o la ofrezca de manera poco clara, ininteligible, ambigua o en un momento que no sea el adecuado (...).”

Bajo la premisa anterior, Bryce debe hacerse cargo de todas las interpretaciones posibles que un consumidor razonable, que se dejará guiar por la primera idea que le venga a la mente al percibir la publicidad, pueda darle al anuncio. De esta manera, los consumidores podrían interpretar que los alumnos mencionados en la publicidad ingresaron en los primeros lugares del examen CEPRUNSA realizado el 4 de marzo toda vez que la propia publicidad menciona que dichos alumnos rindieron el examen en dicha fecha, más no menciona la modalidad en la que lo rindieron.

En conclusión, después del análisis realizado en el presente problema jurídico, considero que Bryce, el denunciado, sí ha cometido un acto de competencia desleal en la modalidad de engaño tipificado en el artículo 8.1 del Decreto Legislativo N.º 1044, debido a que la información que proporcionó en la publicidad versada en el Diario Correo el 5 de marzo de 2018 no indicaba que la modalidad en la que Astrid Lavilla y Octavio Apaza obtuvieron los primeros lugares de las carreras de medicina e ingeniería civil, respectivamente, fue Extraordinario: titulados o graduados de universidades, dando pie a que dicha publicidad amparara más de una interpretación para el consumidor razonable en la que, una de las tantas, transmite información falsa, por lo que Bryce debe hacerse responsable por esto.

CAPÍTULO IV

POSICION FUNDAMENTADA SOBRE LAS RESOLUCIONES EMITIDAS

a. Resolución emitida por la Comisión de la Oficina Regional del INDECOPI – Arequipa.

La comisión inicia su análisis señalando que el consumidor no realiza un análisis exhaustivo del anuncio, así como menciona que la finalidad de la publicidad es atraer clientela.

Aquí es importante señalar, tal como lo hace la comisión, lo dicho en la Resolución N.º 118-2008/SC1-INDECOPI:

Un agente económico, antes de publicitar determinados atributos de un producto o servicio, debió haber comprobado dichas características mediante las pruebas pertinentes, es el propio anunciante quien se encuentra en mejor posición para poder acreditar la veracidad de aquello que se afirma en un anuncio publicitario.

Al respecto, y yendo al análisis de la controversia en sí, se tiene que Bryce no habría realizado sus descargos, por lo que la Comisión debió resolver con los medios probatorios que obraban en el expediente a fin de determinar si estas acreditaban de manera idónea la veracidad del mensaje difundido por Bryce.

En esta línea, la Comisión advierte que la afirmación “EXAMEN REALIZADO: 04 DE MARZO 2018” podría provocar que los consumidores asuman que los alumnos mencionados en la publicidad ingresaron en los primeros puestos bajo la modalidad CEPRUNSA realizado el 4 de marzo de 2018, por lo que Bryce habría inducido a error a los consumidores.

Me encuentro de acuerdo con la resolución emitida por la Comisión que declaró fundada la imputación formulada de oficio contra Bryce por la comisión de actos de competencia desleal en la modalidad de engaño tipificado en el artículo 8, inciso 1, de la Ley de Represión de la Competencia Desleal toda vez que considero que el análisis realizado por la mencionada instancia ha reflejado todo lo expresado en el análisis

realizado líneas arriba respecto del problema jurídico ya que Bryce es responsable por todas las posibles interpretaciones que los consumidores diligentes pueden dar al anuncio.

b. Resolución emitida por la Sala Especializada en Defensa de la Competencia.

La Sala considera que el uso de la expresión “PROCESO UNSA 2018” no daba a entender que los alumnos Astrid Lavilla y Octavio Apaza rindieron el examen CEPRUNSA ya que el Proceso UNSA 2018 abarcaba dos modalidades: Ordinaria – CEPRUNSA y Extraordinaria – Titulados o graduados. Es así como la Sala advierte que haber consignado “EXAMEN REALIZADO: 04 DE MARZO 2018”, contrario a lo expresado por la Comisión, no induciría al público a considerar que la información versada por el anuncio era referida al Proceso Ordinario CEPRUNSA.

Sin mayor análisis, la Sala resuelve revocar la Resolución emitida por la Comisión, decisión con la que no estoy de acuerdo.

La propia Sala menciona, en su considerando 24, que la expresión “PROCESO UNSA 2018” pudo hacer referencia a la modalidad ordinaria como extraordinaria dejando abierta la posibilidad a que un consumidor diligente interprete el anuncio de manera errónea a la intención del anunciante. A este punto la Sala señala que el anuncio iba dirigido a un público que conoce que las universidades suelen tener diversas modalidades de admisión esperando a que el consumidor realice un análisis más profundo que uno superficial a primera vista.

Ante lo mencionado anteriormente, Durand Carrión (2008, p. 328), luego de definir ampliamente a *The Reasonable Man*, nos dice que “la figura del consumidor razonable establecido ahora en la ley como consumidor diligente, si se interpreta de forma restrictiva, podría conducir inevitablemente a desproteger a un grueso sector de consumidores.” En síntesis, la esperanza de que un consumidor actúe por encima del promedio por parte de la Sala podría desencadenar una indefensión por parte del INDECOPI hacia los consumidores.

Por tanto, la publicidad versada por Bryce en el Diario Correo el 5 de marzo de 2018, a mi consideración, sí debería ser declarada un acto de competencia desleal en la modalidad de engaño.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES

- a) Se ha configurado la comisión de actos de competencia desleal en la modalidad de engaño recogido en el artículo 8, numeral 1 del Decreto Legislativo 1044 – Ley de Represión de la Competencia Desleal respecto de la publicidad versada por Bryce a través del Diario Correo en el Especial Postulante del 5 de marzo de 2018 donde anunciaba que Astrid Lavilla y Octavio Apaza habían obtenido el primer puesto en los exámenes de admisión para las carreras de medicina e ingeniería civil respectivamente. Esto en virtud de que Bryce habría consignado lo siguiente: “1ros en las tres áreas”, “1 MEDICINA ASTRID LAVILLA”, “Proceso UNSA 2018 examen realizado: 04 marzo 2018”, “1 ING. CIVIL OCTAVIO APAZA” en virtud de que el anuncio publicitado da lugar a múltiples interpretaciones por parte del consumidor razonable dentro de las cuales, al menos una, transmite información falsa por la que la empresa debe hacerse responsable.
- b) La Comisión de la Oficina Regional del INDECOPI – Arequipa resolvió correctamente al declarar acto de engaño a la publicidad versada por Bryce toda vez que la afirmación “EXAMEN REALIZADO: 04 DE MARZO 2018” podría provocar que los consumidores asuman que los alumnos mencionados en la publicidad ingresaron en los primeros puestos bajo la modalidad CEPRUNSA realizado el 4 de marzo de 2018, por lo que Bryce habría inducido a error a los consumidores.
- c) La Sala Especializada en Defensa de la Competencia revocó equivocadamente la resolución emitida por la Comisión toda vez que advirtió que haber consignado “EXAMEN REALIZADO: 04 DE MARZO 2018” no induciría al público a considerar que la información versada por el anuncio era referida al Proceso Ordinario CEPRUNSA; no obstante, en su considerando 24, menciona que la expresión “PROCESO UNSA 2018” pudo hacer referencia a la modalidad ordinaria como extraordinaria dejando abierta la posibilidad a que un consumidor

diligente interprete el anuncio de manera errónea a la intención del anunciante. Por ende, la Sala no tomó en cuenta que una de las tantas interpretaciones que podría darle un consumidor razonable a la publicidad versada por Bryce contendría información falsa afectando la leal competencia y dejando en indefensión a dicho consumidor.

BIBLIOGRAFIA

- Aramayo Baella, A., Gagliuffi Piercechi, I., Maguiña Pardo, R., Rodas Ramos, C., Sosa Huapaya, A., & Stucchi López Raygada, P. (2013). Competencia Desleal y Regulación Publicitaria.
- Maguiña Pardo, R., & Sosa Huapaya, Á. (2010). “EL MEJOR DEL PERÚ”: ¿EXAGERACIÓN PUBLICITARIA O ENGAÑO? ESCOJA USTED. Revista de la Competencia y la Propiedad Intelectual de INDECOPI, 93-116.
- Duran Carrión, J. (2008). El Consumidor Razonable o Diligente, el Mito que Puede Crear un Cisma entre los Peruanos. Derecho & Sociedad, 327-335.
- Bercovitz Rodríguez-Cano, A. (2002). Apuntes de derecho mercantil.
- Bullard Gonzales, A. & Patrón Salinas, C. (1999). EL OTRO PODER ELECTORAL: Apuntes sobre la experiencia peruana en materia de protección contra la competencia desleal. Themis-Revista de derecho, 433-451.

Fuentes legales:

- Constitución Política del Perú (1993).
- Decreto Legislativo 1044, Decreto Legislativo que aprueba la Ley de Represión de la Competencia Desleal.
- Decreto Legislativo 1033, Decreto Legislativo que aprueba la Ley de Organización y funciones del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual – INDECOPI.
- Decreto Legislativo 807, Ley sobre Facultades, Normas y Organización del INDECOPI.
- Decreto Supremo N° 004-2019-JUS, Texto Único Ordenado de la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General.
- Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor.
- Resolución N.º 001-2019-LIN-CCD/INDECOPI, Lineamientos sobre Competencia Desleal y Publicidad Comercial.
- Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual – INDECOPI (2015). Lineamientos sobre publicidad engañosa.
- Resolución N° 0129-2020/SDCINDECOPI
- Resolución N.º 0133-2012/SC1-INDECOPI
- Resolución N.º 118-2008/SC1-INDECOPI

ANEXOS

- Denuncia interpuesta por A. J. C. L.
- Imputación de cargos por parte de la Secretaría Técnica.
- Resolución de la Comisión de la Oficina Regional del INDECOPI – Arequipa.
- Recurso de apelación interpuesto por Grupo Bryce S.A.C.
- Resolución de la Sala Especializada en Defensa de la Competencia.



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

000089

RESOLUCIÓN 0070-2021/SDC-INDECOPI

EXPEDIENTE 001-2018/CCD-INDECOPI-AQP

PROCEDENCIA : COMISIÓN DE LA OFICINA REGIONAL DEL INDECOPI DE
AREQUIPA

DENUNCIANTE : DE OFICIO

DENUNCIADO : GRUPO BRYCE S.A.C.

MATERIA : COMPETENCIA DESLEAL
ACTOS DE ENGAÑO

ACTIVIDAD : OTROS TIPOS DE ENSEÑANZA N.C.P.

SUMILLA: se **REVOCA** la Resolución 337-2020/CCD-INDECOPI-AQP del 13 de agosto de 2020, en el extremo que halló responsable a Grupo Bryce S.A.C. por la realización de actos de competencia desleal en la modalidad de engaño, supuesto previsto en el artículo 8 del Decreto Legislativo 1044 - Ley de Represión de la Competencia Desleal; y, reformándola, se declara **INFUNDADA** dicha imputación En tal sentido, se dejan sin efecto la multa y la medida correctiva impuestas.

Dicha decisión se sustenta en que, contrariamente a lo imputado por la Secretaría Técnica de la Comisión, no se aprecia que el mensaje difundido por la imputada consista en que los alumnos del Grupo Bryce S.A.C. ([REDACTED]), rindieron el examen **CEPRUNSA** el 4 de marzo de 2018 e ingresaron, en el primer puesto, a las carreras de medicina e ingeniería civil de la Universidad Nacional de San Agustín, respectivamente. El mensaje efectivamente difundido únicamente daba a entender a los consumidores que los mencionados alumnos ingresaron en el puesto y a las carreras aludidas de dicha universidad al participar en el proceso de admisión "**PROCESO UNSA 2018**".

Lima, 20 de mayo de 2021

I. ANTECEDENTES

1. El 9 de marzo de 2018¹, el señor [REDACTED] ([REDACTED]) denunció al Instituto de Promoción Cultural A. Bryce S.A.C. (en adelante Instituto A. Bryce) por la difusión de publicidad en la página 3 del suplemento "Especial Temático Postulante" del diario Correo de Arequipa, edición del 5 de marzo de 2018. Esta publicidad transmitía a los consumidores el mensaje consistente en que, en el examen de admisión modalidad "CEPRUNSA" realizado el 4 de marzo de 2018, la alumna [REDACTED] ingresaron en el primer puesto a las carreras de medicina e ingeniería civil en la

¹ Complementado mediante escrito del 13 de abril de 2018.



Universidad Nacional de San Agustín (en adelante UNSA), respectivamente, lo cual no sería cierto². La publicidad cuestionada es la siguiente:

ANUNCIO DIFUNDIDO EN EL DIARIO EL CORREO EL 5 DE MARZO DE 2018



- 2. Mediante Proveído 1 del 9 de abril de 2018, la Secretaría Técnica de la Comisión le requirió al señor Cárdenas que cumpla con señalar el nombre y dirección del Instituto A. Bryce. Ello debido a que, al efectuar la búsqueda de este último a través de la Consulta RUC de la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria - Sunat verificó que el estado del contribuyente "Instituto A. Bryce" era "Baja de oficio" y su dirección era distinta a la consignada por el señor [redacted] en su escrito de denuncia³. Pese a los términos de dicho requerimiento,

² A efectos de acreditar el acto de engaño denunciado presentó el suplemento "Especial Temático Postulante" del diario Correo de Arequipa, edición del 5 de marzo de 2018 y el documento denominado "Listado de ingresantes CEPRUNSA II Fase", el cual formaba parte del mencionado suplemento.

³ La dirección de Instituto A. Bryce consignada en el escrito de denuncia del señor Cárdenas fue: "Calle Santa Marta 209, Arequipa". Sin embargo, en la consulta RUC efectuada por el órgano instructor se verificó que la dirección de aquella persona jurídica era: "Calle San Pedro N° 100-G, Arequipa".



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 0070-2021/SDC-INDECOPI

EXPEDIENTE 001-2018/CCD-INDECOPI-AQP

el 13 de abril de 2018, el señor [REDACTED] únicamente reiteró el domicilio de Instituto A. Bryce consignado en su denuncia.

3. Mediante Carta 176-2018/INDECOPI-AREQUIPA del 16 de agosto de 2018, la Secretaría Técnica de la Comisión de la Oficina Regional del Indecopi de Arequipa (en adelante la Comisión) requirió a la Empresa Editora El Comercio S.A. que cumpla con señalar el nombre del contratante del anuncio difundido en la página 3 del suplemento "Especial Temático Postulante" del diario Correo, anuncio en el que se promocionaba a los ingresantes de la Academia Bryce durante el Proceso UNSA 2018, y de ser el caso, que proporcione una copia de los comprobantes de pago que se emitieron por la contratación del tal servicio⁴.
4. El 7 de noviembre de 2018, en atención al requerimiento de información que le fue formulado, Empresa Editora El Comercio S.A. señaló que la empresa que contrató la mencionada publicación fue Grupo Bryce S.A.C. (en adelante Grupo Bryce) y presentó la factura electrónica que se emitió por la contratación de dicho servicio.
5. Por Resolución 3 del 4 de febrero de 2020, la Secretaría Técnica de la Comisión inició un procedimiento de oficio contra Grupo Bryce por la presunta comisión de actos de competencia desleal en la modalidad de actos de engaño, establecido en el artículo 8 del Decreto Legislativo 1044 – Ley de Represión de la Competencia Desleal (en adelante Ley de Represión de la Competencia Desleal)⁵, al haber publicitado un anuncio en la página 3 del "Especial Temático Postulante" del diario Correo, conforme a lo señalado en el numeral 1 de la presente resolución⁶.
6. Mediante la Resolución 337-2020/CCD-INDECOPI-AQP del 13 de agosto de 2020, la Comisión declaró fundada la imputación de oficio contra Grupo Bryce, impuso una sanción de diez (10) Unidades Impositivas Tributarias (en adelante UIT)⁷ y

⁴ Cabe señalar que Empresa Editora El Comercio S.A. no respondió el requerimiento de información dentro del plazo de cinco (5) días hábiles otorgado por la autoridad, por lo que mediante Resolución 2 del 15 de octubre de 2018, la Secretaría Técnica de la Comisión resolvió suspender la tramitación del presente procedimiento hasta que dicha empresa cumpla con brindar la información requerida.

⁵ **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.

(...)

⁶ La resolución de imputación de cargos fue debidamente notificada a Grupo Bryce el 12 de febrero de 2020 a su domicilio fiscal (al no contarse con un domicilio procesal fijado por dicha empresa). Sin embargo, Grupo Bryce no presentó sus descargos ante la primera instancia.

⁷ La Comisión impuso una sanción ascendente a diez (10) UIT por la difusión del anuncio infractor con base en los siguientes criterios:

M-SDC-02/02

Vigencia del Modelo: 2020-03-11



ordenó una medida correctiva⁶. La Comisión se basó en los siguientes fundamentos:

- (i) Teniendo en cuenta el mensaje imputado por la Secretaría Técnica de la Comisión, obra en el expediente el listado de ingresantes CEPRUNSA II Fase⁷, el cual también fue publicado en el "Especial Temático Postulante" del diario Correo del 5 de marzo de 2018. En dicho listado se puede apreciar que, en el programa académico de medicina, el primer lugar fue ocupado por la señorita [REDACTED]. Asimismo, en el programa académico de ingeniería civil, el primer lugar fue ocupado por el señor [REDACTED], conforme fue consignado en el anuncio imputado.
 - (ii) En el anuncio imputado, Grupo Bryce publicitó el ingreso de los mencionados alumnos consignando la afirmación "EXAMEN REALIZADO: 04 DE MARZO 2018", por lo que los consumidores pudieron asumir que los alumnos ingresaron en los primeros lugares del examen CEPRUNSA realizado el domingo 4 de marzo de 2018.
 - (iii) Teniendo en cuenta el mensaje publicitario que Grupo Bryce transmitió, se considera que la imputada indujo a error a los consumidores sobre la eficacia de la enseñanza que brinda, toda vez que las afirmaciones vertidas en el anuncio cuestionado no son exactas, dado que los alumnos [REDACTED] y [REDACTED] no ocuparon los primeros puestos en las carreras de medicina e ingeniería civil en el examen CEPRUNSA realizado el 4 de marzo de 2018.
7. El 20 de octubre de 2020, Grupo Bryce apeló la Resolución 337-2020/CCD-INDECOPI-AQP y solicitó se le conceda el uso de la palabra. La imputada expuso los siguientes argumentos:
- (i) El anuncio materia de imputación hacía referencia a que los resultados obtenidos se basaron en la evaluación realizada el día 4 de marzo de 2018 y que ambos alumnos ingresaron a la UNSA. Sin embargo, dicho anuncio no

-
- El efecto del acto desleal en los competidores y consumidores: el mensaje infractor pudo ser capaz de desviar las preferencias de los consumidores, generando un daño competitivo ilegal a sus competidores (otras academias preuniversitarias de la ciudad de Arequipa), así como pudo inducir a error al usuario al momento de tomar su decisión de consumo.
 - Dimensión del mercado afectado: los servicios educativos de Grupo Bryce están dirigidos a todos aquellos alumnos que pretenden ingresar a la UNSA y también a aquellos que ya han postulado y no han ingresado a la universidad, lo cual incrementa el público objetivo al que se dirige el anuncio publicitario, por lo que debe ser considerado como un agravante en el presente caso.

⁶ En calidad de medida correctiva, la Comisión ordenó a Grupo Bryce el cese definitivo e inmediato de la difusión del anuncio infractor o de cualquier otro similar, en tanto presenten un mensaje engañoso de similar naturaleza y/o efecto.

⁷ Adjuntado por el señor Cárdenas en su escrito de denuncia.
M-SDC-02/02

Vigencia del Modelo: 2020-03-11



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

000090 000091
TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA
PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Sala Especializada en Defensa de la Competencia

RESOLUCIÓN 0070-2021/SDC-INDECOPI

EXPEDIENTE 001-2018/CCD-INDECOPI-AQP

hace mención alguna a que hayan ingresado por haber rendido la Evaluación Ordinaria bajo la modalidad CEPRUNSA.

- (ii) Mediante Resolución de Consejo Universitario 314-2017 del 21 de junio de 2017 emitido por la UNSA, se aprobó el "Reglamento de Admisión, Cuadro de Vacantes y Cronograma del Proceso de Admisión 2018". En el artículo 13 de dicho reglamento estableció dos tipos de exámenes de admisión: Evaluación Ordinaria y Evaluación Extraordinaria.
 - (iii) La Evaluación Ordinaria cuenta con diversas modalidades, estando entre estas la modalidad "Ordinaria CEPRUNSA". Por su parte, la Evaluación Extraordinaria también presenta varias modalidades siendo una de estas, la modalidad "Titulados o Graduados de universidades y los oficiales de las Fuerzas Armadas y Policía Nacional del Perú".
 - (iv) En cumplimiento de lo señalado en el mencionado reglamento, la UNSA convocó para el 4 de marzo de 2018, la realización de los siguientes exámenes:
 - Evaluación Ordinaria (modalidad Ordinaria CEPRUNSA) y
 - Evaluación Extraordinaria (modalidad "Titulados o Graduados").
 - (v) De esta manera, el 4 de marzo de 2018 los alumnos que obran en el anuncio imputado rindieron la Evaluación Extraordinaria en la modalidad "Titulados o Graduados" e ingresaron a las carreras de medicina e ingeniería civil en el primer puesto. Ello puede ser corroborado en la relación oficial de ingresantes por orden de mérito del referido examen, publicado por la UNSA y presentado adjunto a su apelación.
 - (vi) Asimismo, la alumna A [REDACTED] fueron alumnos de su academia, tal como puede apreciarse en los reportes de asistencia, notas y registro de pagos de dichos alumnos, los cuales son presentados en calidad de medios probatorios.
 - (vii) En consecuencia, Grupo Bryce no ha incurrido en acto de engaño alguno, por lo que corresponde revocar la resolución apelada.
8. El 11 de mayo de 2021, se llevó a cabo la audiencia de informe oral, en la cual el representante de Grupo Bryce reiteró los argumentos señalados en su apelación.

II. CUESTIONES EN DISCUSIÓN

9. De lo antes expuesto, corresponde a la Sala determinar lo siguiente:

M-SDC-02/02

Vigencia del Modelo: 2020-03-11

5/11

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



- (i) si Grupo Bryce incurrió en actos de competencia desleal en la modalidad de engaño; y,
- (ii) si corresponde confirmar la sanción de multa y la medida correctiva impuestas a la denunciada.

III. ANÁLISIS DE LAS CUESTIONES EN DISCUSIÓN

III.1. Sobre los actos de engaño

III.1.1. Marco normativo

10. El artículo 8.1 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal dispone que los agentes no deben ejecutar conductas que tengan por efecto, real o potencial, inducir a error al consumidor respecto de las características o condiciones de los bienes o servicios que ofrecen en el mercado, o de los atributos que tiene su negocio¹⁰.
11. De acuerdo con ello, toda información objetiva y comprobable contenida en una pieza publicitaria debe ajustarse a la realidad, evitando de este modo que se desvíen indebidamente las preferencias de los consumidores, en virtud de las falsas expectativas generadas sobre las condiciones del bien o servicio anunciado.
12. Para establecer si la publicidad difundida induce a error a los consumidores previamente deberá determinarse cuál es el mensaje o contenido publicitario. Una vez delimitado dicho mensaje, y sólo si es éste es de naturaleza objetiva, deberá corroborarse con la realidad. En caso exista una discordancia entre el mensaje difundido y la realidad, podrá concluirse que los anuncios publicitarios que sean evaluados resultan falsos o inducen a error y que, consecuentemente, infringen el principio de veracidad configurando un acto de engaño.
13. Por otra parte, el artículo 21 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal¹¹ establece las pautas de enjuiciamiento e interpretación de las manifestaciones publicitarias, precisando que su análisis se debe efectuar de manera integral y

¹⁰ Ver nota al pie 5.

¹¹ **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.



PERU

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

000031

000092

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

RESOLUCIÓN 0070-2021/SDC-INDECOPI

EXPEDIENTE 001-2018/CCD-INDECOPI-AQP

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.

14. 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 publicitaria¹².

III.1.2. Aplicación al caso concreto

15. Mediante Resolución 337-2020/CCD-INDECOPI-AQP, la Comisión halló responsable a Grupo Bryce por la comisión de actos de engaño, al haber difundido publicidad engañosa a través de un anuncio contenido en la página 3 del suplemento "Especial Temático Postulante" del Diario Correo de Arequipa. A decir de la Comisión, el mensaje contenido en el referido anuncio transmitía a los consumidores el mensaje consistente en que, durante la evaluación "CEPRUNSA" realizada el 4 de marzo de 2018, los alumnos [REDACTED] ingresaron en el primer puesto a las carreras de medicina e ingeniería civil, respectivamente. Sin embargo, Grupo Bryce no contó con los medios probatorios que demostrasen tal afirmación.
16. En apelación, Grupo Bryce señaló que, si bien el anuncio publicitado hizo referencia a que los resultados obtenidos se basaron en el examen de admisión realizado el día 4 de marzo de 2018 y que ambos alumnos ingresaron a la UNSA, dicho anuncio no hizo mención alguna a la evaluación bajo la modalidad "CEPRUNSA", tal como fue imputado.
17. De la revisión de la Resolución 3 del 4 de febrero de 2020, se aprecia que la Secretaría Técnica de la Comisión imputó a Grupo Bryce lo siguiente:

PARTE CONSIDERATIVA DE LA RESOLUCIÓN 3 DEL 4 DE FEBRERO DE 2020

"(...)

Para la Secretaría Técnica, el anuncio publicado el lunes 05 de marzo de 2018, por Bryce en la página 3 del especial temático postulante del diario CORREO, transmitiría a los consumidores el mensaje consistente en afirmar que, en el examen de admisión a la Universidad Nacional de San Agustín, CEPRUNSA realizado el 04 de marzo de 2018, la alumna [REDACTED] ingresó en

¹² 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, Berlin, 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.



el primer puesto a la carrera de MEDICINA en el examen de la referencia y el alumno [REDACTED] ingresó en el primer puesto a la carrera de Ingeniería Civil en el mismo examen.

Teniendo en cuenta el mensaje publicitario que BRYCE habría transmitido, la Secretaría Técnica considera que BRYCE podría haber inducido a error a los consumidores sobre la eficacia de la enseñanza que se brinda en la academia Pre-Universitaria BRYCE, toda vez que las afirmaciones vertidas en el anuncio cuestionado no serían exactas, ya que los alumnos [REDACTED] no habrían ocupado los primeros puestos en las carreras de Medicina e Ingeniería Civil en el examen CEPRUNSA realizado el 04 de marzo de 2018.
(...)

PARTE RESOLUTIVA DE LA RESOLUCIÓN 3 DEL 4 DE FEBRERO DE 2020

(...)

5. DECISIÓN DE LA SECRETARÍA TÉCNICA

(...)

PRIMERO: IMPUTAR a Grupo Bryce S.A.C., por la presunta comisión de ACTOS DE ENGAÑO, (...), conforme a los hechos y fundamentos jurídicos indicados en la parte considerativa de la presente resolución.

(...)"

(Subrayado agregado).

18. Conforme a los términos imputados, el mensaje contenido en el anuncio publicitario daría a entender que los alumnos del Grupo Bryce, [REDACTED] **rindieron el examen CEPRUNSA realizado el 4 de marzo de 2018** e ingresaron a las carreras de medicina e ingeniería civil, respectivamente, en el primer puesto.
19. En tal sentido, corresponde a este Colegiado establecer si se ha configurado el presunto acto de engaño conforme a los términos imputados, considerando el contenido del anuncio difundido por Grupo Bryce.
20. De un análisis superficial e integral del anuncio materia de imputación¹³, se advierte que la publicidad difundida por Grupo Bryce transmite el mensaje consistente en que, durante el "**PROCESO UNSA 2018**" llevado a cabo el día 4 de marzo de 2018, los alumnos Astrid Llavilla y Octavio Apaza ingresaron a las carreras de medicina e ingeniería civil, respectivamente, en el primer puesto. Ello como resultado de la preparación de ambos alumnos en la academia del Grupo Bryce.
21. De lo expuesto, no se aprecia que el mensaje contenido en el anuncio imputado haya hecho referencia a que ambas personas rindieron la evaluación bajo la modalidad "CEPRUNSA" tal como fue imputado. Por el contrario, el anuncio imputado únicamente indicaba que ambos alumnos ingresaron a la universidad a través del "PROCESO UNSA 2018" realizado el 4 de marzo del mismo año.

¹³ Ver numeral 1 de la presente resolución.



22. En este punto resulta importante precisar que obra en el expediente el "Reglamento de Admisión, Cuadro de Vacantes y Cronograma del Proceso de Admisión 2018" de la UNSA¹⁴, en el cual se establece que para el 2018, la UNSA ofreció dos tipos de exámenes de admisión: Evaluación Ordinaria y Evaluación Extraordinaria. De esta manera, se advierte lo siguiente:

- la Evaluación Ordinaria incluía -entre otras modalidades¹⁵ - la modalidad "Ordinaria CEPRUNSA".
- la Evaluación Extraordinaria incluía -entre otras modalidades¹⁶- la modalidad "Titulados o Graduados de universidades y los Oficiales de las Fuerzas Armadas y Policía Nacional del Perú".

23. Teniendo en cuenta lo expuesto, el uso de la frase "PROCESO UNSA 2018" en la publicidad imputada no daba a entender el mensaje imputado; es decir, que los alumnos del Grupo Bryce (Asma Zavaleta y Estrella P.) rindieron el examen "CEPRUNSA" e ingresaron a las carreras de medicina e ingeniería civil, respectivamente, en el primer puesto. Ello pues, conforme a lo explicado con

¹⁴ Documento presentado por la imputada en su recurso de apelación, cuyo contenido ha sido verificado por esta Sala (fecha de verificación: 20 de mayo de 2021).

Al respecto ver el siguiente enlace:

<https://www.unsa.edu.pe/transparencia/docs/REGLAMENTO%20DE%20ADMISION%202018.pdf>.

REGLAMENTO DE ADMISIÓN, CUADRO DE VACANTES Y CRONOGRAMA DEL PROCESO DE ADMISIÓN 2018
"..."

TÍTULO II

DE LOS TIPOS DE ADMISIÓN

Art 13.- La Universidad Nacional de San Agustín ofrece los siguientes tipos de admisión:

1. Evaluación Ordinaria
2. Evaluación Extraordinaria

13.1.- Evaluación Ordinaria. Incluye las siguientes modalidades:

(...)

b) ORDINARIA CEPRUNSA (Centro Pre Universitario de la Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa) se desarrolla en dos fases, está dirigido a postulantes que cumplan con los requisitos establecidos para esta modalidad.

(...)

13.2.- Evaluación Extraordinaria, están comprendidas las siguientes modalidades:

(...)

b) Titulados o Graduados de universidades y los Oficiales de las Fuerzas Armadas y Policía Nacional del Perú.

(...)"

(Subrayado agregado).

¹⁵ Conforme al mencionado reglamento, la Evaluación Ordinaria también incluye las modalidades: Ordinaria General, Ordinaria Ciclo Quintos y Ordinaria Filiales.

¹⁶ Conforme al mencionado reglamento, la Evaluación Extraordinaria también incluye las modalidades: a) alumnos que hayan ocupado el primer y segundo puesto del orden de mérito de las instituciones educativas de nivel secundario en Arequipa, b) traslados externos procedentes de universidades, c) deportistas destacados acreditados por el IPD, d) personas con discapacidad, e) egresados de colegios secundarios que otorgan bachillerato internacional (obtenido en el 2017), f) egresados de los colegios de alto rendimiento 2017, g) víctimas de violencia, h) Convenio Andrés Bello, i) traslados internos, j) Convenio PRONABEC y k) otros que considere el Consejo Universitario atendiendo a convenios, leyes especiales o disposiciones internas.



anterioridad, el "PROCESO UNSA 2018" abarcaba dos tipos de exámenes de admisión: (i) Evaluación Ordinaria – modalidad "CEPRUNSA" y (ii) Evaluación Extraordinaria – modalidad "Titulados o Graduados".

24. Por tal motivo, la alusión en la publicidad imputada al "PROCESO UNSA 2018" pudo hacer referencia a que los referidos alumnos rindieron cualquiera de los dos exámenes del proceso de admisión de la UNSA en el 2018: (i) Evaluación Ordinaria – modalidad "CEPRUNSA" o (ii) Evaluación Extraordinaria – modalidad "Titulados o Graduados", mas no, específicamente a la evaluación "CEPRUNSA", tal como fue afirmado por la Comisión.
25. Ahora bien, con relación a la fecha del examen de admisión, de la revisión de los medios probatorios obrantes en el expediente¹⁷, esta Sala advierte que el 4 de marzo de 2018 se rindió tanto la Evaluación Ordinaria bajo la modalidad "CEPRUNSA" como la Evaluación Extraordinaria bajo la modalidad "Titulados o Graduados". Por lo que, contrariamente a lo analizado por la Comisión, el hecho de haber consignado "4 de marzo de 2018" en la publicidad imputada no es un elemento que haya inducido al público consumidor a considerar que la información referida se encontraba vinculada a la Evaluación Ordinaria en la modalidad "CEPRUNSA".
26. En este punto, es importante precisar que el destinatario al cual estuvo dirigido el anuncio imputado (así como el suplemento "Especial Temático Postulante" del diario Correo en donde se encontraba contenido) fueron estudiantes y/o personas interesadas en informarse sobre la preparación preuniversitaria para postular a la UNSA. Al respecto, puede afirmarse que el público al cual se encuentra dirigido este tipo de publicidad conoce que es usual que las universidades tengan diversas modalidades de exámenes de admisión.
27. Asimismo, de una revisión de la totalidad de páginas que contiene el suplemento "Especial Temático Postulante" del diario Correo - en el cual se encuentra el anuncio materia de imputación - se verifican diversos anuncios publicitarios de diferentes academias preuniversitarias, así como de un colegio. En estos anuncios también se precisaba el tipo de examen de admisión que rindieron sus alumnos para ingresar a la UNSA.

¹⁷ Medios probatorios presentados por la imputada en su recurso de apelación y que acreditan que el Examen Extraordinario se llevó a cabo el 4 de marzo de 2018:

- Anuncio de la UNSA en el cual se señala que la evaluación del proceso extraordinario sería el domingo 4 de marzo de 2018 (anverso de la foja 66 del expediente).
- Relación de ingresantes según orden de mérito respecto a la evaluación del proceso extraordinario emitido por la UNSA, en el cual se aprecia como fecha 4 de marzo de 2018 (reverso de la foja 66 del expediente).



PERÚ

Presidencia del Consejo de Ministros

INDECOPI

000093

000094

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

RESOLUCIÓN 0070-2021/SDC-INDECOPI

EXPEDIENTE 001-2018/CCD-INDECOPI-AQP

28. En atención a lo expuesto, este Colegiado aprecia que el mensaje imputado por la Secretaria Técnica de la Comisión difiere del mensaje efectivamente difundido por Grupo Bryce en la página 3 del suplemento "Especial Temático Postulante" del diario Correo.
29. A mayor abundamiento, cabe señalar que la imputada ha presentado medios probatorios¹⁶ que podrían acreditar que [REDACTED] fueron alumnos de su academia y que ingresaron en el primer puesto a las carreras de Medicina e Ingeniería Civil de la UNSA durante la Evaluación Extraordinaria bajo la modalidad "Titulados o Graduados" llevado a cabo el 04 de marzo de 2018. Ello de conformidad con los términos publicitados en el anuncio difundido.
30. Por lo expuesto, corresponde revocar la Resolución 337-2020/CCD-INDECOPI-AQP del 13 de agosto de 2020 mediante la cual se halló responsable a Grupo Bryce por la comisión de actos de engaño con relación a la publicidad difundida a través de la página 3 del suplemento "Especial Temático Postulante" del diario Correo; y, reformándola, se declara infundada la imputación de oficio en su contra. En consecuencia, quedan sin efecto la multa y la medida correctiva impuestas.

IV. RESUELVE

PRIMERO: revocar la Resolución 337-2020/CCD-INDECOPI-AQP del 13 de agosto de 2020, en el extremo que halló responsable a Grupo Bryce S.A.C. por la realización de actos de competencia desleal en la modalidad de engaño; y, reformándola, se declara infundada la imputación efectuada en su contra.

SEGUNDO: dejar sin efecto la medida correctiva y la multa de diez (10) Unidades Impositivas Tributarias impuestas a Grupo Bryce S.A.C. mediante Resolución 337-2020/CCD-INDECOPI-AQP del 13 de agosto de 2020.

Con la intervención de los señores vocales Juan Luis Avendaño Valdez, Silvia Lorena Hooker Ortega, Ana Rosa Cristina Martinelli Montoya y José Francisco Martín Perla Anaya.



Firmado digitalmente por AVENDAÑO VALDEZ Juan Luis FAU 20133840533
soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 01.06.2021 15:50:48 -05:00

JUAN LUIS AVENDAÑO VALDEZ
Presidente

¹⁶ Los medios probatorios presentados son: reporte de asistencia de Astrid Llavilla y Octavio Apaza a la academia de Grupo Bryce, reporte de las notas obtenidas, registro de pagos realizados, así como la relación de ingresantes según orden de mérito del Examen Extraordinario en el cual se aprecia que ambas personas ingresaron a la UNSA en el primer puesto a las carreras de Medicina e Ingeniería Civil, respectivamente.

M-SDC-02/02

Vigencia del Modelo: 2020-03-11

11/11