

**NEUMANN BUSINESS SCHOOL**  
ESCUELA DE POSTGRADO

**MAESTRÍA EN  
DERECHO DE LA EMPRESA**



**“El conflicto entre los derechos del consumidor que asisten a los padres de familia en la adquisición de uniformes escolares y el derecho de uso exclusivo de una marca de los colegios privados”**

**Trabajo de Investigación  
para optar el Grado a Nombre de la Nación de:**

Maestro en  
Derecho de la Empresa

**Autores:**

Bach. Velarde Aliaga, Carlos Rafael  
Bach. Reyna Ferreyros, José Antonio

**Docente guía:**

Mg. Yábar Vega, Ben Yúsef Paul

**TACNA – PERÚ  
2020**

## ÍNDICE

<b>ÍNDICE .....</b>	<b>2</b>
<b>RESUMEN.....</b>	<b>4</b>
<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>6</b>
<b>Capítulo I Antecedentes del estudio .....</b>	<b>12</b>
1.1 Título del tema .....	12
1.2 Planteamiento del problema.....	12
1.3 Objetivos de la investigación .....	17
1.3.1 Objetivos principal .....	17
1.3.2 Objetivo secundario 1 .....	18
1.3.3 Objetivo secundario 2 .....	18
1.4 Justificación de la investigación .....	19
1.5 Metodología .....	22
1.5.1 Tipo de investigación .....	22
1.5.2 Métodos utilizados en la investigación.....	22
1.6 Definiciones.....	23
1.7 Alcances y limitaciones .....	27
<b>Capítulo II Marco conceptual de la protección a los consumidores y del     derecho de marcas en Perú .....</b>	<b>29</b>
2.1 Del marco jurídico de la protección de los consumidores en Perú.....	29
2.1.1 Del deber de información.....	33
2.1.2 Deber de idoneidad .....	37
2.1.3 De la protección de los intereses económicos de los consumidores .....	40

2.2 Del marco jurídico de la propiedad intelectual en el Perú-Marcas .....	42
2.2.1 La propiedad intelectual y el derecho de marcas en el Perú .....	42
2.2.2 Funciones de las marcas.....	47
2.2.3 El derecho de exclusividad marcario .....	52
2.3 Análisis crítico del contexto del conflicto entre derecho del consumidor y derecho de marcas .....	57
<b>Capítulo III Marco referencial.....</b>	<b>65</b>
3.1 Diseño sectorial de la educación privada en Perú .....	65
3.2 Reseña histórica de los uniformes escolares en el Perú .....	70
3.2.1 Los uniformes en colegios particulares.....	70
3.2.2 El uniforme único color gris .....	69
<b>Capítulo IV Resultados.....</b>	<b>79</b>
4.1 Diagnóstico .....	79
4.1.1 Desde la legislación sectorial específica en servicios educativos en colegios privados .....	79
4.1.2 Desde el punto de vista de la jurisprudencia del INDECOPI .....	92
4.1.3 Desde el punto de vista del derecho marcario.....	108
4.2 Diseño de mejora .....	128
4.3 Mecanismos de implementación de la norma .....	140
<b>Capítulo.V Sugerencias.....</b>	<b>145</b>
CONCLUSIONES.....	150
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>153</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>159</b>

## RESUMEN

La presente investigación se desarrolló partiendo de la situación problemática surgida del devenir habitual de los Colegios Privados en el Perú; referida a la comercialización de los uniformes escolares; lo que implicaba no solo tener como una unidad de investigación estas entidades sino a los padres de familia y a los distribuidores o comerciantes de uniformes escolares.

En tal sentido, se evidenció, en primer término, un conflicto entre la protección de los intereses económicos de los padres de familia para que pudiesen elegir libremente el lugar donde van a adquirir los uniformes sin que fuese direccionada su compra y la imposibilidad de ejercer su derecho a ser informados con respecto a los lugares de venta, ya que la normativa sectorial existente y los planteamientos mayoritarios al respecto de Indecopi; no dilucidaban una solución al respecto.

Por otro lado, en segundo lugar, nuestra problemática se enriqueció al considerar la protección de los derechos de exclusividad marcaria de los Colegios Privados; ya que al ser los titulares de las marcas que se utilizan en los uniformes, solo estos podrían autorizar o licenciar a los distribuidores para su venta; con lo cual se generaba otra arista a nuestro conflicto antes citado y era menester buscar una solución coherente y equitativa donde pudiesen coexistir los derechos de los consumidores y de los colegios.

En virtud al contexto antes esbozado, se aportó como solución principal, la creación de una norma donde se estableciesen los mecanismos jurídicos pertinentes para que los padres de familia pudieran ser informados acerca de los lugares donde podían adquirir los uniformes escolares sin que se afectase su

capacidad de elección y en donde el derecho de exclusividad marcario de los Colegios sirviera como una herramienta para que se lograsen estos objetivos e incluso, en beneficio de los padres, se obtuviera una prenda de buena calidad a un buen precio.

Cabe resaltar, que, de forma complementaria a lo ya expuesto, se concluyó que los Reglamentos Internos de cada Colegio fueran adaptados a este texto legal, y que el Indecopi debía de implementar campañas de orientación para los padres de familia; siendo así que teniendo en consideración la propuesta normativa se generasen nuevos criterios de protección al consumidor sobre el tema en análisis.

Con respecto a la metodología que se empleó, podemos indicar que era de carácter aplicativo debido al hecho que parte del análisis de una situación cotidiana de la realidad de los Colegios Privados del Perú, a lo que se sumaba un fuerte contenido cualitativo, ya que se realizó un análisis exhaustivo del marco jurídico que rodeaba a la investigación y además se consideró una perspectiva interdisciplinaria; en virtud a que se tuvo que tener en cuenta a diferentes áreas del derecho, como fueron los ámbitos del derecho del consumidor de marcas de la legislación educativa sectorial.

Es de mencionar que la metodología teórica inferencial, fue utilizada desde el punto de vista inductivo y deductivo; y que ello se complementó con metodologías jurídicas de interpretación normativa, como la de la ratio legis o la metodología sociológica e histórica

## INTRODUCCIÓN

La presente investigación dilucida una problemática, que está relacionada con un tema cotidiano, la venta de uniformes escolares de colegios privados; pero que reviste una gran relevancia para los padres de familia y para las instituciones educativas; ya que vamos a buscar lograr una solución ecléctica que propugne la defensa de los derechos de los consumidores y los derechos de propiedad industrial de los Colegios Privados.

Cabe resaltar que el tema tiene una proyección en todo el país, debido a que la problemática expuesta abarca a todos los Colegios Privados del Perú; y ello se muestra, no solo en las indicaciones referenciales acerca de la educación privada en el Perú, sino también en el análisis de diferentes resoluciones del Indecopi en diferentes lugares de nuestro territorio patrio.

Es menester acotar, que los aportes doctrinales relacionados al tema de investigación, son aislados y se dirigen mayormente a temas generales relacionados con aspectos jurídicos de la normativa sectorial en materia educativa o a temas de derecho del consumidor o derecho de marcas; siendo así que, de forma específica solo podemos citar a los aportes de uno de los miembros de la presente investigación; Carlos Velarde Aliaga, que son expuestos en el capítulo 1 de este trabajo, en el acápite referido a las limitaciones y alcances del proyecto.

Por consiguiente, es de contextualizar esta problemática teniendo en cuenta que uno de los supuestos más comunes de afectación de los derechos de los padres de familia como consumidores es la afectación de sus intereses

económicos, situación que se presenta cuando no existe una relación equitativa entre los proveedores del servicio educativo, Colegios Privados; y los padres de familia, ante una transacción económica que implique un condicionamiento o direccionamiento para estos; siendo así que se pueden dar en una serie de supuestos, desde el cobro adelantado de la pensión escolar hasta la obligación de presentar la totalidad de los útiles escolares al comienzo del año o el direccionamiento en la compra de estos de una determinada marca o el direccionamiento en la compra de uniformes escolares en un solo lugar de forma exclusiva.

Es así que, los padres de familia deben de tener la posibilidad de elegir directamente el lugar en donde pueden adquirir los uniformes para estos, lo cual constituye una manifestación plausible del ejercicio de sus derechos económicos.

En relación a lo antes dicho, es menester tener en cuenta el argumento planteado por el Indecopi, en diferentes Resoluciones, donde indica que los Colegios al brindar información acerca de los lugares de venta de los uniformes escolares están condicionando la conducta de los padres a adquirirlos en esos lugares ya que tienen una “predisposición por colaborar en el proceso educativo de sus menores hijos”, y entienden que deben de comprar los uniformes en los lugares indicados ya que esto se relaciona con la correcta prestación de los servicios educativos.

Cabe resaltar, que el no direccionamiento en la compra de uniformes escolares, no significa que los Colegios no puedan venderlos en sus establecimientos ya que ello depende de la iniciativa de cada institución educativa

bajo los parámetros de la libertad de empresa; incluso aun sean el único punto de venta, lo cual no nos parece coherente ya que en este caso si se estaría generando un direccionamiento indirecto para la adquisición de los uniformes escolares.

Es así que, bajo los parámetros antes mencionados, y dentro del contexto que representa la vorágine del proceso de matrícula escolar, si un padre de familia preguntara al personal del colegio acerca del lugar donde puede adquirir el uniforme escolar para su hijo; no se le podría dar una respuesta directa con respecto a la localización de los establecimientos ya que ello significaría, dentro del marco legal vigente, que se le estaría direccionando la compra y que se están afectando sus intereses económicos como consumidor, a pesar del hecho que bajo nuestro punto de vista por el hecho de no darle la información solicitada se le estaría afectando su derecho ser informado como consumidor.

En tal sentido, una de las pocas soluciones, dentro del marco legal vigente, sería que la Institución Educativa diera un comunicado donde informara “EL PADRE DE FAMILIA PUEDE COMPRAR EL UNIFORME EN EL ESTABLECIMIENTO DE SU PREFERENCIA O MANDARLO A CONFECCIONAR DE ACUERDO AL MODELO PLANTEADO POR LA INSTITUCIÓN”, siendo así que si a pesar de ello los padres consulten acerca de los puntos de venta solo se debería repetir el texto aquí expuesto, ya que de lo contrario se estaría contraviniendo las normas.

Dentro de la problemática ya expuesta, surge a su vez otra situación jurídica que merece ser estudiada por la riqueza de su análisis; y esta aparece a partir del análisis de los derechos de los Colegios como titulares de signos

distintivos que son utilizados en los uniformes escolares y que mayormente llevan el nombre de la Institución.

Las Instituciones Educativas privadas, tienen todo el derecho de registrar el nombre de su colegio como una marca ante el indecopi, y ello significa que puedan ejercer los derechos de exclusividad marcaria que se generan con el registro, lo que implica, que cualquier tercero que, por ejemplo, vendiese uniformes escolares que llevasen impreso la marca registrada de la institución, deberían tener una autorización o licencia de uso otorgada por esta para no afectar de este modo sus derechos de propiedad intelectual.

Pero, qué sucedería, por ejemplo, si el mismo colegio vende los uniformes escolares y a su vez existen cuatro establecimientos más que los venden sin la autorización del colegio; es evidente que este podría iniciar las acciones por infracción respectivas e impedir que los comercialicen, quedando solo el colegio como único punto de venta; lo que significaría a su vez afectar los intereses económicos de los padres de familia que ya no dispondrían de otras opciones probablemente mejores, económicamente hablando.

Por otro lado, y teniendo en cuenta el caso anterior, que sucedería si el Colegio logra coordinar con cuatro establecimientos y llega a un acuerdo para que utilicen su marca, respetando ciertos standares con respecto a la calidad de los uniformes y precios que beneficien a los padres de familia; de estar en esta situación, lo coherente sería que informe a los padres de familia cuales son estos establecimientos y donde se encuentran; pero ello podría ser tomando como un direccionamiento en la compra de los uniformes y se podría multar al Colegio a nuestro parecer injustamente.

Como se ha podido verificar, existe la posibilidad de que se generen una serie de conflictos jurídicos que se presentan por la colisión entre la protección de los intereses económicos de los padres de familia y los derechos de exclusividad marcarios de los colegios, dentro del marco de una asimetría informativa al no poder brindarle información a los padres con respecto de los puntos de venta de los uniformes escolares; de tal modo que el presente trabajo, busca darle una salida coherente a todas estas circunstancias a través de una modificación legislativa y la creación de una norma específica, que permita dar ciertos parámetros jurídicos lógicos para la comercialización de los uniformes escolares.

Por tal motivo; el proyecto de investigación muestra una propuesta viable, estructurada en cinco capítulos; de los cuales el primer capítulo se enfoca en señalar los antecedentes del estudio, para lo cual vamos a desarrollar temas puntuales como el planteamiento problemático y justificación de la investigación, sus objetivos y alcances, es decir a dónde quiere llegar, y el marco metodológico referencial de la misma,

En el segundo capítulo se centra en el desarrollo de un marco conceptual dirigido específicamente a los temas de protección al consumidor y derecho de marcas, para en virtud a ello esbozar un análisis crítico de carácter jurídico del conflicto que se genera entre el derecho del consumidor y el derecho de marcas.

Los dos primeros capítulos son complementados en el capítulo tercero por un marco referencial enfocado en presentar una visión sectorial de la educación

privada en el Perú y **específicamente** del tema en estudio que son los uniformes escolares.

En el capítulo 4, se generan los resultados de la investigación; para ello se realiza primero un diagnóstico de la investigación desde el ámbito de la legislación sectorial en materia de colegios privados, desde la jurisprudencia del Indecopi y desde el ámbito del derecho de marcas; para que en base a estos análisis se plantea un diseño de mejora de la problemática en curso a través de una propuesta normativa y los mecanismos de implementación de la misma.

Para finalizar, en el capítulo 5 se indican algunas recomendaciones generales, que nos permitan orientar la viabilidad y efectividad de la propuesta de solución de nuestro tema en estudio.

Para finalizar, es de notar, que muchas veces de supuestos sencillos surgen las grandes discusiones jurídicas y ello conlleva no solo una exquisita disertación al respecto; sino también tener el panorama claro para poder esbozar soluciones eficientes y viables a la problemática encontrada; siendo así que, en este estudio, no solo se va a encontrar un análisis amplio y coherente de la situación conflictiva expuesta sino, lo que a nuestro parecer es la solución más viable a través de una propuesta normativa.