

ESCUELA DE POSTGRADO NEUMANN

MAESTRÍA EN
DERECHO DE LA EMPRESA



**“El principio Non bis In Idem en los Procedimientos
Administrativos en Materia de Protección al Consumidor y
Competencia Desleal”**

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

Maestro en
Derecho de la Empresa

Autores:

Bach. Warthon Calero, Jarib Antenor
Bach. Mincha Cruzado Fanny Olinda

Docente Guía:

Mg. Moscoso Zegarra, Giomar Walter

TACNA – PERÚ

2022

“El texto final, datos, expresiones, opiniones y apreciaciones contenidas en este trabajo
son de exclusiva responsabilidad del (los) autor (es)”

DEDICATORIA

A mi primer amor, a quién conocí al nacer...

mi madre Alicia Calero Flores

Jarib A Warthon Calero

A dios, en su infinita sabiduría,
por darme la fortaleza para continuar en momentos de debilidad
y brindarme la oportunidad de seguir aprendiendo día a día.

A mis padres, por alentarme con su paciencia,
amor y su sonrisa a seguir luchando y esforzarme,
siendo ellos la motivación de mi vida; gracias a ellos por confiar siempre en mí.

Fanny O. Mincha Cruzado

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos a la escuela de Postgrado Neumann, a su plana docente, quienes coadyuvaron nuestro desarrollo profesional a través de la impartición de conocimientos. A nuestro asesor de tesis, el Mg. Moscoso Zegarra, sin quién no hubiese podido ser realidad el presente trabajo de investigación. Al Dr. Christian Romainville y al Dr. Julfher Mujica, ambos de la Oficina Regional del INDECOPI CUSCO, quienes además de facilitarnos las resoluciones materia de la presente investigación, nos brindaron importantes aportes al desarrollo del presente trabajo de investigación.

INDICE

INDICE	5
RESUMEN	7
INTRODUCCIÓN	9
CAPITULO I	12
ANTECEDENTES DEL ESTUDIO	12
1.1. TÍTULO DEL TEMA	12
1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	12
1.3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	13
1.3.1. Problema General	13
1.3.2. Problemas Específicos.....	13
1.4. HIPÓTESIS	14
1.5. OBJETIVOS.....	14
1.5.1. Objetivo general	14
1.5.2. Objetivos específicos.....	14
1.6. JUSTIFICACIÓN	15
1.7. METODOLOGÍA	17
1.8. ALCANCES Y LIMITACIONES	18
CAPÍTULO II	19
MARCO TEÓRICO	19
2.1. CONCEPTUALIZACIÓN DE LOS TÓPICOS CLAVE	19
2.1.1. PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR	19
2.1.2. PUBLICIDAD ENGAÑOSA EN EL MARCO DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR.....	27
2.1.3. TUTELA DE LOS DERECHOS DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR	32
2.1.4. EL PROCEDIMIENTO POR INFRACCIÓN DE PUBLICIDAD ENGAÑOSA	36
2.1.5. COMPETENCIA DESLEAL.....	38
2.1.6. LEY DE REPRESIÓN DE LA COMPETENCIA DESLEAL: DECRETO LEGISLATIVO N° 1044	41
2.1.7. NON BIS IN IDEM.....	45
2.2. ANÁLISIS CRÍTICO	47
CAPÍTULO III	58
MARCO REFERENCIAL	58
3.1. ANALISIS DE CASOS.....	59

3.1.1.	RESOLUCIÓN FINAL N.º 103-2018/INDECOPI-CUS.....	59
3.1.2.	RESOLUCIÓN FINAL Nº 315 -2018/INDECOPI-CUS.....	60
3.1.3.	RESOLUCIÓN FINAL Nº 603 -2019/INDECOPI-CUS.....	60
3.1.4.	RESOLUCIÓN FINAL Nº 444-2019/INDECOPI-CUS.....	61
3.2.	PRESENTACIÓN DE ACTORES.....	62
	CAPITULO IV	62
	RESULTADOS	62
4.1.	ESTUDIO DE CASO	63
4.1.1.	Marco Teórico	63
4.1.2.	Marco Metodológico	64
4.1.3.	Resultados	65
	CAPÍTULO V	71
	SUGERENCIAS.....	71
	CONCLUSIONES	74
	Bibliografía	77
	ANEXOS.....	81

RESUMEN

El presente estudio encuentra su génesis en una situación problemática que vienen develándose de manera habitual ante los Órganos resolutivos en materia de protección al Consumidor y de Competencia Desleal del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y Defensa de la Propiedad Intelectual - INDECOPI, procedimientos en los que se implica la misma situación, pero que terminan resolviéndose de dos distintas maneras independientes para con los administrados.

El principio Non bis In Idem surge del Derecho Penal, con amparo en el Derecho Constitucional, bajo este principio concibe de que, no quedaría ninguna amenaza para la persona que ha sido procesada previamente, porque una persona no puede ser juzgada dos veces por el mismo delito, lo cual en razón a la potestad sancionador del ius puniendi ejercido por el estado, es trasladado al ámbito del Derecho Administrativo

El presente trabajo plantea la cuestión de si es aplicable el principio Non bis In Idem en los procedimientos en materia de protección al consumidor por publicidad engañosa, como parte de los procedimientos por represión de la competencia desleal en la modalidad de engaño. Es así que, nos proponemos establecer la aplicabilidad de dicho principio en los procesos administrativos específicos, para lo que se desarrolla un trabajo de investigación jurídica de tipo dogmático formal, a través de un método cualitativo.

En virtud de la presente investigación, pretendemos realizar un análisis de fenómenos fácticos sobre una muestra no probabilística.

INTRODUCCIÓN

Entendemos al consumidor, en sentido amplio, a partir del supuesto de que todos los ciudadanos son consumidores y, como tales, sujetos de derechos respecto de sus actividades de consumo. Es así que el consumo es considerado una actividad inherente a la vida acorde a nuestro modelo de ciudadanía, parte del comercio y, como tal, manifestación de la libertad individual. Ahora bien, esta se considera la única forma de ejercer estos derechos a nivel individual, pues antes son reconocidos a la ciudadanía en general, es a través de normas jurídicas especiales de protección al consumidor; de esta forma se establece una asignación de los derechos a quienes se involucran en conductas de consumo específicas y normadas.

Con el paso del tiempo, el Derecho del Consumidor se erige como un ámbito de estudios jurídicos autónomo, que afronta los retos del crecimiento de los mercados a nivel nacional y transnacional, atendiendo las exigencias de “el consumidor”, como sujeto de protección del Derecho; esto, cada vez más claramente sobre su propio espectro, es decir su objeto de estudio, los principios que contempla, así como instituciones y procedimientos que se generan a partir de este. Sin embargo, para ello se nutren del Derecho Civil, así como del Derecho Constitucional, pero también del Penal, aplicando determinados principios generales.

Aunque la doctrina de procedimiento administrativo y del proceso penal enfatiza la importancia de reconocer a nivel legal del principio de Non bis In Idem, especialmente desde la década de 1990 en adelante, no es posible afirmar, de momento, que se haya ponderado debidamente su aplicación en la legislación

administrativa, menos en la práctica sancionatoria de órganos a cargo de la Defensa del Consumidor.

Si bien la el máximo interprete de la constitución, el Tribunal Constitucional ha establecido reglas para prohibir de que se repetición procesos judiciales y administrativos así como sus sanciones, aún se necesitan reglas claras tanto procesales y procedimentales que las autoridades deben aplicar en cuanto a los alcances del principio Non bis In Idem.

En el presente trabajo buscamos proponer bases significativas para entender y aplicar de modo efectivamente el principio Non bis In Idem en cuanto a los procedimientos en materia de protección al consumidor por publicidad engañosa, y el procedimiento administrativo por represión de la competencia desleal en la modalidad de actos de engaño. De esta forma, esperamos plantear una propuesta normativa a fin de evitar sea afectado el derecho de los administrados, vulnerables de momento a los supuestos aquí contemplados.

Con este propósito, procedemos a realizar un análisis jurídico dogmático del principio señalado en relación al sistema de control y represión de la competencia desleal, a fin de reconocer sus coincidencias y desacuerdos, determinando así la mejor forma de aplicación posible. Esto se justifica en la importancia de contribuir al desarrollo del Derecho del Consumidor en tanto nueva rama de particular importancia para el desarrollo de la vida de los ciudadanos.

