



**FACULTAD DE DERECHO**  
**MAESTRÍA EN DERECHO DE LA EMPRESA**  
**DERECHO DE LA COMPETENCIA Y DEL CONSUMIDOR**  
**Asignatura no presencial**

## **I. DATOS GENERALES**

1.1 Departamento Académico	: Derecho
1.2 Semestre Académico	: 2023-I
1.3 Código de la asignatura	:
1.4 Ciclo	: I
1.5 Créditos	: 03
1.6 Horas semanales totales	: 04
1.6.1 Horas lectivas	: 02
Horas de teoría	: 02
Horas de práctica	: 00
1.6.2 Horas no lectivas	: 02
1.7 Requisito(s)	:
1.8 Docente	: Julio Carlos Lozano Hernández

## **II. SUMILLA**

El curso pretende estudiar la protección jurídica de la lealtad en la competencia, en el marco de una economía social de mercado, complemento indispensable de su carácter libre, examinado los conceptos de competencia desleal, los principios que rigen la publicidad comercial y los conceptos básicos de protección al consumidor.

## **III. COMPETENCIAS Y SUS COMPONENTES, COMPRENDIDOS EN LA ASIGNATURA**

### **3.1 Competencias**

- a) Integra eficientemente sus profundos conocimientos de las instituciones del Derecho de la Empresa con los nuevos desarrollos de la actividad empresarial y del mercado, así como con las evoluciones tecnológicas que se desarrollan en la contratación comercial.
- b) Utiliza su capacidad de análisis crítico y argumentación desde una perspectiva multidimensional, práctica y actualizada, para prestar asesoría avanzada relacionada con la actividad empresarial, identificando riesgos legales y buscando soluciones eficientes y consistentes con la regulación en el ámbito comercial, económico, financiero, societario y laboral.
- c) Colabora en la solución de problemas, así como en la búsqueda y análisis de oportunidades, relacionados con la actividad empresarial, desarrollándose con capacidad, de manera ética y con

un enfoque multidimensional de acuerdo con los estándares requeridos en un área legal altamente especializada.

## **3.2 Componentes**

### **3.2.1. Capacidades**

- a) Analiza las instituciones del Derecho de la Empresa y su aplicación en los diferentes ámbitos de la actividad empresarial.
- b) Propone soluciones dentro del marco jurídico aplicable.
- c) Identifica la utilidad de la regulación jurídica de las instituciones del Derecho de la Empresa para el correcto ejercicio de la profesión.

### **3.2.2. Contenidos actitudinales**

- a. Respeto al ser humano, reconocimiento de sus derechos y deberes.
- b. Búsqueda de la verdad
- c. Compromiso ético en todo su quehacer
- d. Integridad (honestidad, equidad, justicia, solidaridad y vocación de servicio)
- e. Compromiso con la calidad y búsqueda permanente de la excelencia

## I. PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS

DERECHO DE COMPETENCIA					
UNIDAD I					
<b>Capacidades:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Conocer y aplicar las teorías, principios, métodos, contenidos y doctrina jurídica en materia de competencia.</li> <li>- Comprender la problemática del negocio, identificando la existencia de un acto que limita la competencia de la empresa y proponiendo las soluciones para hacer frente al mismo, vale decir, qué medidas adoptar a efectos de minimizar el impacto que ello pueda generar en la misma.</li> </ul>					
SEMANA	CONTENIDOS CONCEPTUALES	CONTENIDOS PROCEDIMENTALES	ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE	HORAS LECTIVAS	HORAS T. INDEP.
1	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Análisis Económico del Derecho.</li> <li>• Indecopi: Organización Administrativa y Funcional.</li> <li>• Rol en el Mercado como agencia de competencia, facultades en los procesos de investigación. Diferencia con órganos reguladores. El Tribunal de Indecopi. Conformación de Salas</li> <li>• Competitividad Empresarial. Competencia Económica.</li> <li>• Mercados</li> <li>• El fenómeno de la competencia y su defensa en el mercado</li> <li>• La economía social de mercado</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se desarrollará conceptos generales de la materia y se analizará casos para comprender los fundamentos teóricos expuestos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sesión en línea: Presentación del sílabo y guía del estudiante.</li> <li>• Aplicación de la prueba de entrada</li> <li>• Asistir a las clases en línea</li> <li>• Participar en Foros</li> <li>• Revisar las lecturas obligatorias</li> <li>• Observar los videos y/o</li> </ul>	6 HT	3

2	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El consumidor dentro del derecho de la competencia.</li> <li>• La Libre Competencia</li> <li>• Promoción de la competencia, Prevención y Punición de prácticas anticompetitivas</li> <li>• Competencia Perfecta y Competencia Imperfecta Monopolios Oligopolios</li> <li>• Legislación internacional. Antecedentes del Derecho de la Legislación de Competencia.</li> <li>• Ley Sherman y el Derecho Antitrust USA, El Tratado de la CECA, El Tratado de Roma y la Comunidad Económica Europea.</li> <li>• El Tratado de Maastrich y la Unión Europea, Legislación Argentina, Ley de Competencia Española. Partidas de Alfonso XI.</li> <li>• Legislación Comunitaria (Decisión 604), Tratado Organización Mundial del Comercio (OMC). Convención Washington.</li> <li>• La legislación de la libre competencia en el país.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollo de marco teórico acompañado y análisis de caso vinculado a la teoría desarrollada.</li> <li>• Se revisará diferentes situaciones de posibles actos de abuso de posición de dominio y se discutirá algunos casos.</li> </ul>	<p>enlaces obligatorios y complementarios</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar Tareas</li> <li>• Participar en los foros de retroalimentación.</li> </ul> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;"> <p>Ver detalle de cada clase en la programación de</p> </div>		3
---	---	---	---	--	---

## UNIDAD II

### Capacidades:

- Conocer y aplicar las teorías, principios, métodos, contenidos y doctrina jurídica en materia de competencia.
- Entender qué actos pueden configurarse como limitativos a la libre competencia y adoptar las medidas necesarias para informar y asesorar a diferentes empresas a efectos de que prevengan encontrarse en dicha situación.

SEMANA	CONTENIDOS CONCEPTUALES	CONTENIDOS PROCEDIMENTALES	ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE	HORAS LECTIVAS	HORAS T. INDEP.
3	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Restricciones a la libre competencia</li> <li>• Prácticas restrictivas de la libre competencia</li> <li>• Prácticas Verticales</li> <li>• Prácticas horizontales</li> <li>• Carteles.</li> <li>• Concertaciones</li> <li>• Acciones administrativas, procedimiento y acción penal</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se desarrollará el marco teórico acompañado de algunos casos para comprender los fundamentos teóricos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asistir a las clases en línea</li> <li>• Participar en Foros</li> <li>• Revisar las lecturas obligatorias</li> <li>• Observar los videos y/o enlaces obligatorios y</li> </ul>	6 HT	3

4	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Abuso de posición de dominio en el mercado</li> <li>• Abuso de posición de dependencia</li> <li>• Mercados conexos y relevantes</li> <li>• Mercados de Productos y Mercado Geográfico</li> <li>• Abuso Colectivo de Posición de Dominio</li> <li>• Reglas de la Competencia</li> <li>• Regla Perse - Regla de la Razón</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se revisarán en clase diferentes situaciones de posibles actos de abuso de posición de dominio y se discutirá algunos supuestos.</li> </ul>	<p>complementarios</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar Tareas</li> <li>• Participar en los foros de retroalimentación.</li> </ul> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 10px auto;"> <p>Ver detalle de cada clase en la programación de</p> </div>		3
---	--	--	---	--	---

### UNIDAD III

**Capacidades:**

- Conocer y aplicar las teorías, principios, métodos, contenidos y doctrina jurídica en materia de competencia.
- Comprender la problemática del negocio, identificando la existencia de un acto que limita la competencia de la empresa y proponiendo las soluciones para hacer frente al mismo, vale decir, qué medidas adoptar a efectos de minimizar el impacto que ello pueda generar en la misma.

SEMANA	CONTENIDOS CONCEPTUALES	CONTENIDOS PROCEDIMENTALES	ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE	HORAS LECTIVAS	HORAS T. INDEP.
--------	-------------------------	----------------------------	--------------------------	----------------	-----------------

5	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sistemas de Control de Concentraciones y Fusiones</li> <li>• Control de Estructuras</li> <li>• Control de conductas</li> <li>• Concentraciones de empresas</li> <li>• Fusiones societarias</li> <li>• Facilidades Esenciales</li> <li>• Estudio del Proyecto de la Ley de Defensa de la Competencia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se revisarán en clase diferentes casos para brindar el soporte teórico práctico para determinar la situación de las empresas que pueden, sin saber actuar limitando la competencia.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asistir a las clases en línea</li> <li>• Participar en Foros</li> <li>• Revisar las lecturas obligatorias</li> <li>• Observar los videos y/o enlaces obligatorios y complementarios</li> <li>• Realizar Tareas</li> <li>• Participar en los foros de retroalimentación.</li> </ul>		3
6	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Represión a la competencia desleal</li> <li>• Introducción</li> <li>• Decisiones de Negocio Ilícitas</li> <li>• Intereses protegidos por la disciplina de la represión a la competencia desleal</li> <li>• Actos de competencia desleal</li> <li>• Acciones de competencia desleal</li> <li>• Medidas Cautelares Cesación de Actos de Competencia Desleal.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se revisará el marco conceptual y desarrollará casos para desarrollar aspectos teóricos y prácticos de las prácticas anticompetitivas.</li> </ul>		9 HT	3

7	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Publicidad Ilícita</li> <li>• Manifestaciones ilícitas de la publicidad, Sexista, Engañosa, Denigrante,</li> <li>• Publicidad Comparativa, excluyente y de tono personal.</li> <li>• Enmascaramiento Publicitario y Publicidad Testimonial</li> <li>• Restricciones a la publicidad</li> <li>• Acciones administrativas, procedimiento</li> <li>• Control de la Publicidad Ex ante, Ex post</li> <li>• Sistema Público de Control</li> <li>• Autorregulación Publicitaria</li> <li>• ANDA Perú, CONAR</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se expondrá el marco teórico y se desarrollará casos para el correcto manejo de los conceptos generales de publicidad y aplicación de los mismos.</li> </ul>	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">       Ver detalle de cada clase en la programación de     </div>		3
8	<b>Examen parcial</b>				
<b>UNIDAD IV</b>					
<b>Derecho del Consumidor</b>					
<b>UNIDAD III RÉGIMEN JURÍDICO DE LA PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR</b>					
<b>Capacidades:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Analiza las instituciones del Derecho de la Empresa y su aplicación en los diferentes ámbitos de la actividad empresarial.</li> <li>- Propone soluciones dentro del marco jurídico aplicable.</li> <li>- Identifica la utilidad de la regulación jurídica de las instituciones del Derecho de la Empresa para el correcto ejercicio de la profesión.</li> </ul>					



9 y 10	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Teoría general de la Protección al Consumidor</li> <li>• Constitución Económica e interpretación de la legislación en materia de Protección al Consumidor. El artículo 65 de la Constitución Política del Perú.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conoce los alcances generales del derecho de competencia y del derecho del consumidor</li> <li>• Conoce los principios del régimen económico en la Constitución Política del Perú actual</li> <li>• Interpreta, reflexiona y analiza el artículo 65 de la Constitución</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asistir a las clases en línea</li> <li>• Participar en Foros</li> <li>• Revisar las lecturas obligatorias</li> <li>• Observar los videos y/o enlaces obligatorios y complementarios</li> <li>• Realizar Tareas</li> <li>• Participar en los foros de retroalimentación.</li> </ul>	12	6
11 y 12	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alcance normativo del mandato constitucional y su relación con el sistema administrativo</li> <li>• Regulación sectorial pro-consumidor</li> <li>• El derecho a la información de los consumidores en el mercado</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analiza la problemática de los proveedores en el cumplimiento del deber de idoneidad, sistemas de seguridad y estándares de calidad</li> <li>• Conoce los lineamientos generales sobre el alcance normativo del derecho a la información de los consumidores</li> <li>•</li> </ul>	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;"> Ver detalle de cada clase en la programación de </div>		6
<b>UNIDAD IV</b>					
<b>Capacidades:</b>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Analiza las instituciones del Derecho de la Empresa y su aplicación en los diferentes ámbitos de la actividad empresarial.</li> <li>- Propone soluciones dentro del marco jurídico aplicable.</li> <li>- Identifica la utilidad de la regulación jurídica de las instituciones del Derecho de la Empresa para el correcto ejercicio de la profesión.</li> </ul>					
13 y 14	El deber de idoneidad <ul style="list-style-type: none"> <li>• Régimen legal de las, medidas correctivas. Procedimientos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analiza la problemática de los proveedores en el cumplimiento del deber de idoneidad, sistemas de seguridad y</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asistir a las clases en línea</li> <li>• Participar en Foros</li> <li>• Revisar las lecturas</li> </ul>	9	6

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contratación de Consumo y Contratación Clásica. Crisis de la Contratación Clásica. El deber de transparencia en la contratación de consumo.</li> <li>• Responsabilidad por daños al consumidor. Implicancias Procesales del derecho del consumidor .El Consumidor y el Acceso a la Justicia.</li> </ul>	<p>estándares de calidad</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Conoce el régimen legal de las medidas correctivas Conoce los lineamientos de la Sala Especializada del Indecopi.</li> <li>• Compara la contratación de consumo con la contratación civil clásica.</li> <li>• Conoce las implicancias procesales del derecho del consumidor</li> </ul>	<p>obligatorias</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Observar los videos y/o enlaces obligatorios y complementarios</li> <li>• Realizar Tareas</li> <li>• Participar en los foros de retroalimentación.</li> </ul>		
15	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jurisprudencia relevante emitida por la Sala Especializada en Defensa y Protección al Consumidor</li> <li>• Jurisprudencia nacional e internacional comparada</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conoce la jurisprudencia relevante emitida por la Sala Especializada en Defensa y Protección al Consumidor.</li> <li>• Interpreta la jurisprudencia a luz de la doctrina.</li> <li>• Compara la jurisprudencia nacional e internacional.</li> </ul>	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;"> <p>Ver detalle de cada clase en la programación de</p> </div>		3
16	<b>Examen Final</b>				

## V. ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS

En la asignatura se considera la participación activa de los estudiantes para desarrollar los contenidos y actividades educativas previstas en el Aula Virtual, contando con la dirección estratégica del docente. El profesor proporciona información actualizada y resuelve dudas de los estudiantes, a través del foro de consultas o sesiones en línea, incentivando su participación activa, así mismo el estudiante asume responsabilidad de participación directa a nivel individual, realizando trabajos a través de la plataforma. Las estrategias metodológicas son de mucha utilidad al docente, para la mejora continua y logro del aprendizaje significativo, que es nuestra meta. Entre las que utilizamos tenemos:

- Preparar ensayos y/o resúmenes.
- Lluvia de ideas.
- Elaborar organizadores visuales.
- Elaborar resúmenes.
- Redactar ensayos
- Exposición on-line.
- Discusión o debate.
- Sesiones en línea

## VI. RECURSOS DIDÁCTICOS

- Libros digitales o E-books
- Clases en línea
- Foros
- Correo
- Video tutoriales
- Videos explicativos
- Organizadores visuales
- Presentaciones multimedia, entre otros.

## VII. EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

El proceso de evaluación se integra por los dos conceptos siguientes:

**I. Evaluación 1 (E1):** Es el promedio de las evaluaciones continuas, comprende:

- ✓ Controles de lecturas.
- ✓ Prácticas calificadas.
- ✓ Trabajos
- ✓ Intervenciones orales
- ✓ Foros
- ✓ Otras actividades en el Aula Virtual.

**II. Evaluación 2 (E2):** Equivale al 50% de la nota final.

Las evaluaciones continuas equivalen al 50% de la nota final.

Los profesores deberán ingresar la nota que corresponde a este rubro, a más tardar, dos semanas antes de finalizar el semestre académico.

$$\text{Nota Final} = E1 (50\%) + E2 (50\%)$$

NOTA: Los profesores están prohibidos de aplicar una ponderación distinta a la antes indicada, bajo responsabilidad.

## VIII. FUENTES DE INFORMACIÓN.

### 8.1. Bibliográficas

#### Básica

- ALDANA, Edwin y GAGLIUFFI, Ivo. “La noción de consumidor final: El ámbito de aplicación subjetiva de la Ley de Protección al Consumidor según el nuevo precedente de observancia obligatoria del Indecopi”. En: *Ius et Veritas*. Año XIV No.29, 2004.
- ALPA, Guido. “Derecho del Consumidor”. *Gaceta Jurídica*. Lima, 2004.
- ARANCIBIA MATTAR, Jaime. (2017). Control de actos licitatorios ante el Tribunal de Defensa de la Libre Competencia. *Revista de derecho (Valdivia)*, 30(2), 301-316.  
<https://dx.doi.org/10.4067/S0718-09502017000200013>
- BAYLOS, Hermenegildo. *Tratado de Derecho Industrial: Propiedad Industrial, Propiedad Intelectual, Declaración de la Competencia Económica, Disciplina de la Competencia Desleal*. Madrid, Civitas, 1978.
- BELLAMY CRISTOPHER, Child Graham. *Derecho de la Competencia en el Mercado Común*, Editorial Civitas S.A., Madrid 1992, 1340 páginas.
- BULLARD, Alfredo. “Derecho y Economía”. Palestra Editores. Lima, 2006.
- CABANELLAS, Guillermo. *Derecho Antimonopólico y Defensa de la Competencia*, Editorial Heleasta SRL, Buenos Aires, 1983
- CASES PALLARES, Luis. *Derecho Administrativo de la Competencia*. Editorial Marcial Pons, Madrid 1995.
- DELGADO ZEGARRA, Jaime, *Publicidad*, Instituto de Derecho del Consumidor –IDC, 1993
- DIEZ CANSECO NÚÑEZ, Luis. “Armonización de la Legislación del Trafico Económico”. Lima, *Revista 1*. Publicación Un/Sem.. 1987.
- DURAND CARRION, JULIO, *Tratado de Derecho del Consumidor en el Perú*, Fondo editorial USMP, Lima, 2007
- DURAND CARRIÓN, Julio. *Tutela Jurídica del Consumidor y de la Competencia*. Primera edición. Editorial San Marcos, Lima 1995, 423 páginas
- DURAND CARRION, JULIO. “El Consumidor Razonable”, *Revista Derecho y Sociedad*, PUCP 2009
- INDECOPI. *Jurisprudencia de defensa de la competencia*, 1999
- FERNANDEZ-NOVOA, Carlos. *Estudios de Derecho de la Publicidad*. Santiago de Compostela, Imprenta Universitaria, 1989. 338 p.
- GACETA JURIDICA. “Competencia desleal. Preguntas y respuestas jurisprudenciales”. En: *Cuadernos Jurisprudenciales – Suplemento de Diálogo con la Jurisprudencia*. Año 6 - No.71 – mayo 2007.
- SALINAS, Sergio. “La responsabilidad por productos defectuosos en la ley de protección del consumidor: apuntes para el diseño de una política pública”. En: *Revista de Derecho y Economía*. Sociedad de economía y derecho de la Universidad Peruana de Ciencias – UPC. Verano del 2004 No.1.
- STUCCHI, Pierino. “El engaño, la confusión y la explotación de la reputación ajena como actos de competencia desleal y como infracciones publicitarias”. En: *Ius et Veritas*. Año XV No 31.
- TAPIA R., Mauricio. (2017). Competencia desleal por culpa. *Revista chilena de derecho privado*, (29), 165-207. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-80722017000200165>
- Varios Autores. “Ley de Protección al Consumidor. Comentarios, precedentes jurisprudenciales”. A cura de Espinoza, Juan. Editorial Rodhas. Lima, 2004.
- Varios Autores. “Normas de la Publicidad. Comentarios, Precedentes Jurisprudenciales”. A cura de Espinoza, Juan. Editorial Rodhas. Lima, 2006.

- Varios Autores. “El Derecho de la Competencia Desleal”. Compiladores: Enrique Pasquel, Carlos A. Patrón y Gabriela Pérez Costa. UPC. Lima, 2007
- Resoluciones emitidas por el Tribunal de Defensa de la Competencia del Indecopi

### Complementaria

- BERCOVITZ, Alberto. “La Regulación contra la competencia desleal en la ley del 10 de enero de 1991”, *Boletín Oficial del Estado*, Madrid 1992.
- BERCOVITZ, Alberto. *Apuntes de Derecho Mercantil. Derecho Mercantil. Derecho de Competencia y Propiedad Industrial*, Editores Aranzadi, Madrid – España, 2000.
- ESPINOZA, Juan. “¡Oh!... y ahora ¿quién nos podrá defender del Tribunal Constitucional? (Sobre los parámetros del Standard del consumidor razonable)”. En: *Ius et Veritas*. Año XIV No.29, 2004.
- KRESALJA, Baldo. “Comentarios al Derecho Ley 26122, sobre Represión de la Competencia Desleal”. En *Revista Derecho*, Nro. 47. Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima, 1993. pp. 13 – 86.
- MONTANIA, Linda Ríos. (2016). El pacto de exclusividad desde la óptica de la nueva Ley de Defensa de Competencia. *Revista de la Secretaría del Tribunal Permanente de Revisión*, 4(7), 378-392. <https://dx.doi.org/10.16890/rstpr.a4.n7.p378>
- ORTIZ-BAQUERO, Ingrid S, & SOLANO-OSORIO, Diego A. (2016). La aplicación pública de las normas de libre competencia en la Comunidad Andina y sus países integrantes. *Vniversitas*, (132), 311-348. <https://dx.doi.org/10.ni44/Javeriana.vj132.apnl>
- TORRES MORALES, Carlos. “Defensa del Consumidor. ¡Oiga!... ¿y mi vuelto?” En: *Ius et Praxis*. Revista de la Facultad de Derecho. Enero – Diciembre 2004 No. 35. Universidad de Lima.