



I. INFORMACIÓN GENERAL

CURSO	:	Temas de Derecho de la Competencia
CÓDIGO	:	DE104
CICLO	:	201302
CUERPO ACADÉMICO	:	Maguiña Pardo, Ricardo Mario Alberto
CRÉDITOS	:	3
SEMANAS	:	17
HORAS	:	3 H (Teoría) Semanal
ÁREA O CARRERA	:	Derecho

II. MISIÓN Y VISIÓN DE LA UPC

Misión: Formar líderes íntegros e innovadores con visión global para que transformen el Perú.

Visión: Ser líder en la educación superior por su excelencia académica y su capacidad de innovación.

III. INTRODUCCIÓN

El curso tiene como finalidad introducir al alumno al estudio de la legislación sobre protección al consumidor, supervisión de la publicidad comercial, represión de la competencia desleal, antidumping y subvenciones. La enseñanza del curso prioriza el análisis de la jurisprudencia administrativa existente, con el fin de entender el sentido económico de las instituciones jurídicas estudiadas. El alumno deberá efectuar un análisis crítico de los casos presentados, con el apoyo de los profesores, teniendo como herramienta conceptos propios del Análisis Económico del Derecho.

IV. LOGRO (S) DEL CURSO

Se espera que al final del ciclo, el alumno tenga un manejo completo de los criterios de aplicación de la legislación sobre protección al consumidor, supervisión de la publicidad comercial, represión de la competencia desleal, antidumping y subvenciones.

V. UNIDADES DE APRENDIZAJE

UNIDAD N°: 1 PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

LOGRO

Introducir al alumno a los principales temas que cubre la normativa sobre protección al consumidor.

TEMARIO

- Fundamentos económicos
- Dificultades en la relación de intercambio con el proveedor: costos de búsqueda, asimetría informativa y costos de transacción
- La conducta del consumidor. Racionalidad limitada del consumidor

- Información sobre los productos y experiencia del consumidor. El consumidor razonable
- Interacción entre la defensa de la competencia y la protección al consumidor
- Protección al consumidor, derecho de contratos y responsabilidad civil
- Correlación entre la normativa del Código Civil y de la Ley de Protección al Consumidor
- El fenómeno de la contratación masiva: prohibición de las cláusulas abusivas y control de las cláusulas generales de contratación
- La regulación de la responsabilidad contractual y extra-contractual en el Código Civil. La responsabilidad por productos defectuosos
- Competencia de la Comisión de Protección al Consumidor
- Criterios delimitadores de competencia: conceptos de relación de consumo, consumidor final y proveedor
- Concurrencia con las regulaciones sectoriales de salud, educación y transportes. Relación con los organismos reguladores de los servicios públicos
- Extensión y límites de la competencia de la Comisión para imponer sanciones y medidas correctivas
- El derecho a la información
- La obligación de proveer información. Carga de la prueba. Relación con la calidad esperada del bien o servicio
- Finalidad de la regulación del rotulado de productos
- ¿Qué información es relevante para el consumidor?
- Información en los casos de productos defectuosos o riesgosos
- Idoneidad del bien o servicio
- Diversidad de ofertas, calidades y precios. El problema de los productos basura
- La garantía implícita del proveedor Relación con la información brindada por el proveedor
- Garantías convencionales y limitaciones de responsabilidad
- Protección al consumidor de servicios bancarios y de seguros
- Tarjetas de crédito y tarjetas de débito
- Obligación de informar sobre condiciones del servicio contratado
- Obligación de mantener informado al cliente en los contratos de tracto sucesivo
- Seguros compulsivos y otros cargos en cuenta no autorizados
- Centrales de riesgo y protección frente a los métodos abusivos de cobranza
- La autorregulación: Defensoría del Cliente Financiero
- Derecho a no ser discriminado
- Derecho a no ser discriminado en locales abiertos al público
- ¿Discriminación en el acceso al crédito?
- Protección de intereses difusos y asociaciones de consumidores
- Introducción a los mass torts. Diferentes clases de damnificados. Determinación del daño en función de cuotas de mercado.
- Tratamiento de las acciones de protección de los intereses difusos. Participación de las asociaciones de consumidores

HORA(S) / SEMANA(S)

Semanas 1, 2, 3, 4 y 5

UNIDAD N°: 2 SUPERVISIÓN DE LA PUBLICIDAD COMERCIAL

LOGRO

Introducir al alumno a los principales temas que cubre la normativa sobre supervisión de la publicidad comercial.

TEMARIO

- Fundamentos económicos
- Funciones de la publicidad
- Justificación del control posterior de la publicidad
- La apreciación superficial del mensaje publicitario y la protección del consumidor razonable
- Confiabilidad de los anuncios, asimetría informativa y rectificación publicitaria

- Ámbito de Competencia
- Competencia de la Comisión de Represión de la Competencia Desleal. Diferencia entre publicidad comercial y publicidad institucional
- Concurrencia de infracciones a las normativas sobre publicidad, competencia desleal y protección al consumidor
- Alcance de las responsabilidades del anunciante, de la agencia de publicidad y de los medios de comunicación
- Principio de veracidad
- Substanciación previa de las afirmaciones publicitarias objetivas
- Licitud del uso del humor, la fantasía y la exageración
- Omisión de información relevante
- Publicidad de productos riesgosos o peligrosos
- Publicidad comparativa
- Costos y beneficios de la publicidad comparativa
- Antecedentes de la regulación de la publicidad comparativa
- Régimen legal actual de la publicidad comparativa
- Principio de legalidad
- Publicidad de precios
- Publicidad de cigarrillos y de bebidas alcohólicas
- Principio de autenticidad: publrreportajes y publicidad testimonial
- Publicidad de medicamentos y de productos terapéuticos naturales
- Publicidad de medicamentos de venta con y sin receta médica
- Publicidad comparativa entre medicamentos genéricos y de marca
- Publicidad de productos terapéuticos naturales

HORA(S) / SEMANA(S)

Semanas 6, 7, 9 y 10

UNIDAD Nº: 3 REPRESIÓN DE LA COMPETENCIA DESLEAL

LOGRO

Introducir al alumno a los principales temas que cubre la normativa sobre represión de la competencia desleal.

TEMARIO

- Marco conceptual
 - Fundamentos económicos
 - Evolución histórica e intereses protegidos por la legislación sobre competencia desleal. ¿Es necesaria una ley sobre competencia desleal?
 - El consumidor objeto de protección: consumidor medio y consumidor razonable. Consumidor final, consumidor intermedio y consumidor especializado
 - Estructura de la ley: cláusula general e infracciones específicas
 - Actos contrarios a la diferenciación de las ofertas
 - La libre imitación de iniciativas empresariales
 - Protección de la propiedad intelectual. Función complementaria de las normas sobre competencia desleal.
- Competencias.
- Actos de confusión y explotación de la reputación ajena
 - Actos de copia o reproducción no autorizada
 - Actos de imitación sistemática
 - Otras titularidades protegidas
 - Violación de secretos industriales y comerciales
 - Derecho al aprovechamiento comercial de la propia imagen
 - Actos de menoscabo a la reputación y lealtad comerciales
 - Actos de denigración

- Inducción a la infracción contractual
- Terminación de contratos de distribución o licencia
- Actos de engaño
- Engaño a consumidores finales y consumidores intermedios
- Normas técnicas y engaño respecto de la naturaleza del producto
- Engaño respecto de la procedencia geográfica
- Estado y competencia desleal
- Diferencia entre competencia desleal y competencia prohibida
- Actos de competencia desleal por violación de normas
- Actividad empresarial del Estado y competencia desleal

HORA(S) / SEMANA(S)

Semanas 11 a 15

VI. METODOLOGÍA

La metodología que se utilizará será: breve exposición del profesor a manera de introducción del tema, luego se debatirán los casos y lecturas asignadas para cada clase, que el alumno deberá haber leído y analizado antes de clase, y el profesor fomentará las intervenciones efectuando preguntas y proponiendo casos de aplicación práctica y/o dinámicas de grupo que faciliten el aprendizaje.

VII. EVALUACIÓN

FÓRMULA

$$5\% (PA1) + 35\% (EA1) + 35\% (EB1) + 25\% (CC1)$$

TIPO DE NOTA	PESO %
PA - PARTICIPACIÓN	5
EA - EVALUACIÓN PARCIAL	35
EB - EVALUACIÓN FINAL	35
CC - PROMEDIO DE CONTROLES	25

VIII. CRONOGRAMA

TIPO DE PRUEBA	DESCRIPCIÓN NOTA	NÚM. DE PRUEBA	FECHA	OBSERVACIÓN	RECUPERABLE
PA	PARTICIPACIÓN	1	Todas las semanas	Se indicará en clase	NO
EA	EVALUACIÓN PARCIAL	1	Semana 8	Escrito	SÍ
EB	EVALUACIÓN FINAL	1	Semana 16	Trabajo	NO
CC	PROMEDIO DE CONTROLES	1	Se indicará en clase	Se indicará en clase	NO

IX. BIBLIOGRAFÍA DEL CURSO

BÁSICA

ABRAHAM, Kenneth (2002) The forms and functions of tort law. New York : Foundation Press.

(346.03 ABRA)

ATIYAH, P. S (1979) The rise and fall of freedom of contract. Oxford : Oxford University Press.

(346.02 ATIY/R)

ATIYAH, P. S (1995) An introduction to the law of contract. New York : Oxford University Press.
(346.02 ATIY)

BAYLOS CORROZA, Hermenegildo (1993) Tratado de derecho industrial : propiedad industrial, propiedad intelectual, derecho de la competencia económica, disciplina de la competencia desleal. Madrid : Civitas.

(REF 346.048 BAYL)

BECKER, Gary (1998) The economic approach to human behavior. Chicago : University of Chicago Press.
(330 BECK)

TORRES LÓPEZ, Juan (1987) Análisis económico del derecho : panorama doctrinal. Madrid : Tecnos.
(343.07 TORR)

RECOMENDADA

(No necesariamente disponible en el Centro de Información)

TORRES LÓPEZ, Juan (1987) Análisis económico del derecho : panorama doctrinal. Madrid : Tecnos.
(343.07 TORR)