

VERSIÓN PÚBLICA

PROCEDENCIA : COMISIÓN DE LA FISCALIZACIÓN DE LA
COMPETENCIA DESLEAL¹
DENUNCIANTE : PROCEDIMIENTO INICIADO DE OFICIO
DENUNCIADA : UNIVERSIDAD PRIVADA TELESUP S.A.C.
MATERIA : COMPETENCIA DESLEAL
PUBLICIDAD COMERCIAL
ACTOS DE ENGAÑO
ACTIVIDAD : EDUCACIÓN SUPERIOR

SUMILLA: se **CONFIRMA** la Resolución 04-2016/CD2 del 25 de noviembre de 2016, mediante la cual se halló responsable a la Universidad Privada Telesup S.A.C. de la comisión de actos de competencia desleal en la modalidad de engaño, supuesto previsto en el numeral 8.1 del artículo 8 del Decreto Legislativo 1044, Ley de Represión de la Competencia Desleal, mediante la difusión de un anuncio que promocionaba el programa “CPT Carreras Profesionales Para Trabajadores”.

La razón es que a través del referido anuncio la Universidad Privada Telesup S.A.C. transmitió el mensaje de que mediante su programa denominado CPT para el estudio de carreras profesionales, los alumnos matriculados podían culminar los estudios profesionales y obtener el Título Profesional correspondiente en el periodo tres (3) años y cuatro (4) meses, respecto de las carreras profesionales de “Administración, Finanzas y Negocios Globales”, “Administración de Negocios Turísticos y Hoteleros”, “Ingeniería de Sistemas e Informática”, “Contabilidad y Finanzas”, “Derecho Corporativo” y “Psicología”. Sin embargo, de la información aportada por la imputada se advierte que la sola culminación de los estudios de las mencionadas carreras conllevaba un tiempo superior al plazo promocionado, por lo que no resultaba posible obtener el Título Profesional en el citado periodo. Sobre el particular, se debe precisar que a lo largo del procedimiento no se ha aportado medio probatorio alguno que desvirtúe lo antes indicado y permita sustentar la veracidad del mensaje transmitido a los consumidores.

Finalmente, se **CONFIRMA** la Resolución 04-2016/CD2 del 25 de noviembre de 2016 en el extremo que impuso a la Universidad Privada Telesup S.A.C. una multa ascendente a sesenta punto ocho (60.8) Unidades Impositivas Tributarias.

¹ Cabe indicar que el presente procedimiento se siguió ante la Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal N° 2. Sin embargo, mediante Resolución de Presidencia del Consejo Directivo del Indecopi 195-2016-INDECOPI/COD del 7 de noviembre de 2016, publicada en el Diario Oficial “El Peruano” el 10 de noviembre de 2016, se dispuso que la Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal N° 1 reciba las competencias de la Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal N° 2 y se denomine Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal. La mencionada resolución entró en vigencia el 11 de noviembre de 2016, conforme a lo establecido en su artículo 6.

**SANCIÓN: SESENTA PUNTO OCHO (60.8) UNIDADES IMPOSITIVAS
TRIBUTARIAS.**

Lima, 20 de junio de 2017

I. ANTECEDENTES

1. Mediante Resolución 1 del 9 de junio de 2016, la Secretaría Técnica de la Comisión de Fiscalización de Competencia Desleal² (en adelante, la Comisión) inició de oficio un procedimiento contra la Universidad Privada Telesup S.A.C. (en adelante, la Universidad) por la presunta comisión de actos de competencia desleal, supuesto ejemplificado en el numeral 6.1 del artículo 6 del Decreto Legislativo 1044, Ley de Represión de la Competencia Desleal (en adelante, la Ley de Represión de la Competencia Desleal), pues habría incurrido en una conducta que transgrede el Principio de Veracidad, conforme a lo dispuesto en el numeral 8.1 del artículo 8 del mismo cuerpo legal.
2. En tal sentido, la Secretaría Técnica de la Comisión imputó cargos a la Universidad, en razón de que la duración de las carreras que forman parte de su programa Carreras Profesionales para Trabajadores, no se condeciría con el periodo promocionado a través de la publicidad cuestionada. Al respecto, adjuntó una reproducción de la pieza publicitaria materia de imputación.
3. Mediante Resolución 3, la Secretaría Técnica de la Comisión amplió la imputación de cargos, indicando que la Universidad habría presuntamente incurrido en la infracción antes señalada, toda vez que al indicar en su publicidad las frases “*obten tu título en 3 años y 4 meses*” y “*conviértete en un profesional en 3 años y 4 meses*”, promovería una idea equivocada en el consumidor, pues la culminación de las carreras anunciadas y la obtención del título profesional demandaría mayor tiempo al señalado, dado que la obtención del grado no es automática.
4. El 27 de setiembre de 2016, la Universidad se apersonó al presente procedimiento³. Sin embargo, no formuló descargo alguno.

² El presente procedimiento se tramitó ante la Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal N° 2. No obstante, como ya se indicó en la nota al pie 1, a partir de la entrada en vigencia de la Resolución de Presidencia del Consejo Directivo del Indecopi 195-2016-INDECOPI/COD, sus competencias fueron transferidas a la Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal N° 1, y esta procedió a denominarse Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal. Por ello, en la presente resolución se utiliza esta última denominación para hacer referencia a la primera instancia.

³ En dicha fecha, la denunciante pidió la reserva y confidencialidad de la documentación aportada obrante de fojas 64 a 68 y de 76 a 97 del presente expediente, la cual fue declarada confidencial mediante Resolución 03-2016/CD2 del 27 de octubre de 2016 emitida por la Comisión.

5. Mediante Resolución 04-2016/CD2 del 25 de noviembre de 2016, la Comisión sancionó a la Universidad con una multa ascendente 60.8 UIT, al considerar que mediante el volante cuestionado se promovió una idea equivocada en el consumidor, debido a que los estudios de “Derecho Corporativo” duraban más tiempo del anunciado y, respecto a las carreras de “Administración, Finanzas y Negocios Globales”, “Administración de Negocios Turísticos y Hoteleros”, “Ingeniería de Sistemas e Informática”, “Contabilidad y Finanzas” y “Psicología”, el imputado no acreditó que se pudiese obtener el título profesional en el plazo anunciado.
6. La primera instancia sustentó su pronunciamiento en lo siguiente:
 - (i) Del análisis integral y superficial de la publicidad, se observa que el mensaje transmitido a los consumidores fue que, en las carreras de “Administración, Finanzas y Negocios Globales”, “Administración de Negocios Turísticos y Hoteleros”, “Ingeniería de Sistemas e Informática”, “Contabilidad y Finanzas”, “Derecho Corporativo” y “Psicología” (que forman parte del programa Carreras Profesionales para Trabajadores - CPT), se puede obtener el título y, por tanto, convertirse en un profesional en un plazo máximo de tres (3) años y cuatro (4) meses, contados desde el inicio de los estudios, lo que constituye una afirmación objetiva.
 - (ii) La carrera “Derecho Corporativo” del programa CPT, acorde a la información remitida por la Universidad, se conforma por ciclos compuestos de diecisiete (17) semanas cada uno, lo que conlleva a concluir que no se podría culminar la carrera de “Derecho Corporativo” y obtener el título profesional en el plazo de tres (3) años y cuatro (4) meses.
 - (iii) Las carreras de “Administración, Finanzas y Negocios Globales”, “Administración de Negocios Turísticos y Hoteleros”, “Ingeniería de Sistemas e Informática”, “Contabilidad y Finanzas” y “Psicología” del programa CPT, de acuerdo a la información aportada por la Universidad, se conformaban por ciclos de (diecisiete) 17 semanas cada uno.
 - (iv) Sin embargo, en el cronograma de estudios adjuntado se aprecia que mediaron determinados días entre el fin del primer ciclo y el inicio del segundo. Así, los estudios del referido programa no se habrían desarrollado de manera continua, siendo razonable considerar que, entre el inicio y fin de los ciclos restantes, también existieron recesos similares, los que sumados harían un periodo adicional, con lo cual se excedería el plazo anunciado.
 - (v) A mayor abundamiento, la obtención del título profesional no es automática con el fin de clases, pues resulta necesario que se cumplan

con otros requisitos, tales como culminar horas de prácticas pre profesionales, rendir un examen de inglés y aprobar una tesis o un mecanismo similar.

- (vi) En consecuencia, dado que conforme al numeral 8.3 del artículo 8 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal, el anunciante tiene la carga de acreditar la veracidad y, en vista que la Universidad no ha remitido información que sustente la veracidad del mensaje publicitario al momento de su emisión, se verifica la comisión de una infracción.
 - (vii) Con respecto a la graduación de la sanción, se señala que el beneficio ilícito está configurado por la ganancia ilegalmente obtenida por el administrado derivada del acto de engaño efectuado.
 - (viii) En atención al número de alumnos matriculados durante el periodo infractor y los pagos realizados por estos a lo largo del transcurso de las carreras anunciadas, el beneficio ilícito ascendería a S/. 180,179.06⁴. Por otra parte, a su criterio, dada la distribución significativa del volante infractor y la imposibilidad material de fiscalizar la totalidad de la publicidad que realiza la imputada, la probabilidad de detección es alta, y asume el valor de 0.75.
 - (ix) Por lo anterior, la Comisión consideró que correspondía sancionar a la Universidad con una multa de 60.8 UIT.
7. El 19 de diciembre de 2016, la Universidad interpuso recurso de apelación contra la Resolución 04-2016/CD2, señalando lo siguiente:
- (i) La derogada Ley 23733 y la actual Ley Universitaria 30220, ambas de conocimiento general, contienen las formas de obtener los grados académicos y el Título Profesional. Por ende, si bien su publicidad no detalla las modalidades de titulación, incluye direcciones y teléfonos en las que se podía brindar tal información, debiendo considerar que se trata de una decisión relevante, pues con la obtención del Título, se espera una mejor remuneración y/o un reconocimiento como profesional.
 - (ii) El interesado en un servicio educativo se somete a un proceso de admisión, presentación de documentos y entrega de reglamentos que

⁴ Dicho monto se obtiene luego de efectuar diversas operaciones considerando el número de alumnos, número de pagos, cuota mensual, margen de ganancia e ingresos adicionales, todo ello con relación a los servicios promocionados en el anuncio cuestionado. Al respecto, cabe precisar que la información concerniente al número de alumnos, pagos efectuados y cuota mensual se consiguieron de la página web www.inei.gob.pe y del propio anuncio cuestionado, respectivamente, debiendo precisar que a partir de tales datos se calculó el margen de ganancia y los ingresos adicionales.

contienen, entre otros, las formas de titulación. Por ende, es imposible que adquiriera el servicio sin información completa y veraz, no evidenciándose una potencial afectación al mercado, pues quien no esté conforme con la información brindada optará por otro centro de estudios.

- (iii) Un anuncio publicitario no incluye todos los detalles del servicio ofrecido, considerando que, al tratarse de servicios educativos a nivel universitario, estos se sujetan a un contrato que debe contener toda la información del servicio a contratar, más aún si es de larga periodicidad.
- (iv) Las normas de competencia desleal no buscan eliminar la publicidad, sino que el potencial alumno tenga información veraz para que no se afecte el mercado, lo cual se cumple en la inscripción, cuyo proceso está en el reglamento de admisión y académico que obra en el expediente.

8. Por Resolución 6 del 29 de diciembre de 2016, la Secretaría Técnica de la Comisión concedió el recurso de apelación interpuesto por la Universidad.

II. CUESTIONES EN DISCUSIÓN

9. En el presente procedimiento se debe determinar lo siguiente:

- (i) Si a través de la difusión del anuncio publicitario cuestionado, la Universidad cometió actos de competencia desleal en la modalidad de engaño, supuesto previsto el numeral 8.1 del artículo 8 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal.
- (ii) Si corresponde confirmar la multa impuesta por la Comisión.

III. ANÁLISIS DE LAS CUESTIONES EN DISCUSIÓN

III.1. Precisión respecto a la tipificación de la presunta infracción materia de evaluación en el presente procedimiento

10. Conforme se advierte del fundamento 1 de la presente resolución, la Universidad fue imputada y sancionada por haber cometido de actos de competencia desleal, supuesto ejemplificado en el numeral 6.1 del artículo 6 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal, debido a que se habría incurrido en una conducta que transgrede el Principio de Veracidad, de conformidad con lo dispuesto en el numeral 8.1 del artículo 8 del mismo cuerpo legal.

11. Con relación al artículo 6 del Decreto Legislativo 1044, se debe tener en cuenta que el mismo contiene una disposición prohibitiva y sancionadora que describe, de manera general, el tipo de conducta desleal merecedora de una sanción: “están prohibidos y serán sancionados los actos de competencia desleal, cualquiera sea la forma que adopten y cualquiera sea el medio que permita su realización, incluida la actividad publicitaria, sin importar el sector de la actividad económica en la que se manifiesten”.
12. A su vez, el Decreto Legislativo 1044 presenta una lista enunciativa de las conductas más frecuentes y de mayor incidencia que configuran actos de competencia desleal⁵.
13. En tal sentido, al estar definido en la Ley cuáles son las conductas más frecuentes que califican como actos de competencia desleal, que en rigor también podrían infringir la cláusula general, (actos de engaño, de confusión, de explotación indebida de la reputación ajenas, entre otros), la autoridad, en estricta aplicación de lo dispuesto en el inciso 4 del artículo 230 del Texto Único Ordenado de la Ley 27444⁶, calificará la conducta denunciada dentro de uno de éstos supuestos e imputará a la investigada dicho acto.
14. A diferencia de ello, cuando la cláusula general es imputada de manera autónoma, esta cumple un papel residual que permite la incorporación de cualquier otra conducta que revista las características de un acto de competencia desleal y no se encuentre en el catálogo enunciativo⁷. Por ello, la Exposición de Motivos del Decreto Legislativo 1044 resalta la importancia de contar con un tipo infractor de carácter abierto, puesto que los tipos específicos únicamente recogen las conductas desleales más comunes, por lo que en caso exista una conducta no recogida en la lista enunciativa que sea contraria a la buena fe empresarial, podría ser imputada bajo el tipo abierto de la cláusula general.
15. En el presente caso, se cuestiona un presunto acto de competencia desleal, en la medida que la Universidad a través de la difusión de un anuncio publicitario

⁵ Ello, de conformidad con lo dispuesto en la Exposición de Motivos del Decreto Legislativo 1044, página 13.

⁶ **TEXTO ÚNICO ORDENADO DE LA LEY 27444, LEY DEL PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO GENERAL**
Artículo 230.- Principios de la Potestad Sancionadora

4. Tipicidad: Solo constituyen conductas sancionables administrativamente las infracciones previstas expresamente en normas con rango de ley mediante su tipificación como tales, sin admitir interpretación extensiva o analogía. (...).

⁷ Menéndez afirma que la “*la cláusula general debe funcionar simplemente como cláusula supletoria*”. MENÉNDEZ, Aurelio. *La Competencia Desleal*. Madrid: Editorial Civitas, 1988, p. 156.

Por su parte, Molina agrega que “*La cláusula general es completada con una serie de prohibiciones específicas, contenidas en los siguientes párrafos, y se aplica supletoriamente cuando es necesario rellenar las lagunas que dejan dichas prohibiciones*”. MOLINA BLÁSQUEZ, Concepción. *Protección Jurídica de la Lealtad en la Competencia*. Madrid: Montecorvo, 1993, p. 76.

conteniendo las frases “obtén tu título en 3 años y 4 meses” y “conviértete en un profesional en 3 años y 4 meses” promovería una idea equivocada en el consumidor, puesto que la culminación de las carreras anunciadas y la obtención del título profesional demandaría mayor tiempo al señalado, dado que la obtención del grado no es automática.

16. Así pues, de acuerdo con el listado enunciativo de actos de competencia desleal, contenido en el Capítulo II de la Ley de Represión de la Competencia Desleal, dicha conducta calificaría como un presunto acto de engaño, el cual está previsto en el artículo 8 de la mencionada Ley, por lo que dicha norma contendría el tipo infractor específico aplicable. En tal sentido, no resulta necesario que adicionalmente, se califique dicha presunta infracción dentro de la cláusula general, establecida en el artículo 6 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal.
17. En ese sentido, se debe precisar que la conducta materia de evaluación versa sobre la presunta comisión de un acto de competencia desleal en la modalidad de engaño, conforme se encuentra descrito en numeral 8.1 del artículo 8 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal.

III.2. Sobre los actos de engaño

III.2.1. Marco normativo

18. El artículo 8.1 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal⁸ establece que los actos de engaño son aquellos a través de los cuales los agentes económicos inducen a error a otros participantes del mercado y, en particular, a los consumidores, sobre la naturaleza, características, calidad, cantidad y, en general, sobre los atributos o beneficios que presentan sus bienes o servicios.
19. Al respecto, el artículo 8.3 de la ley antes mencionada dispone que la carga de acreditar la veracidad de las afirmaciones objetivas sobre los bienes o servicios anunciados corresponde a quien las haya difundido como anunciante. En este sentido, este último deberá contar con las pruebas que acrediten la veracidad de sus afirmaciones objetivas con anterioridad a la difusión del anuncio,

⁸ **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 del mercado; o inducir a error sobre los atributos que posee dicho agente, incluido todo aquello que representa su actividad empresarial.

(...)

conforme al deber de sustanciación previa recogido en el artículo 8.4 del mismo cuerpo normativo⁹.

20. Por otra parte, el artículo 21 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal¹⁰ establece las pautas de enjuiciamiento e interpretación de las manifestaciones publicitarias, precisando que su análisis se debe efectuar de manera integral y teniendo en cuenta el hecho que el consumidor 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.
21. Asimismo, debe recordarse que quien atribuye el significado al anuncio es el consumidor y no el anunciante, por lo que la intención de este último será irrelevante para delimitar el mensaje¹¹.
22. De tal manera, al ser el consumidor quien, en su condición de destinatario e intérprete de la publicidad, define bajo sus propios parámetros el mensaje publicitario, resulta importante tener en cuenta también el contexto del segmento de mercado vinculado al servicio anunciado bajo el cual el consumidor se inserta, a efectos de tener una mejor aproximación a lo que este entiende de manera natural.

⁹ **DECRETO LEGISLATIVO 1044. LEY DE REPRESIÓN DE LA COMPETENCIA DESLEAL**

Artículo 8.- Actos de engaño. -

(...)

8.3 La carga de acreditar la veracidad y exactitud de las afirmaciones objetivas sobre los bienes o servicios anunciados corresponde a quien las haya comunicado en su calidad de anunciante.

8.4 En particular, para la difusión de cualquier mensaje referido a características comprobables de un bien o servicio anunciado, el anunciante debe contar previamente con las pruebas que sustenten la veracidad de dicho mensaje.
(Subrayado añadido)

¹⁰ **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.

¹¹ 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, Berlín, 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.

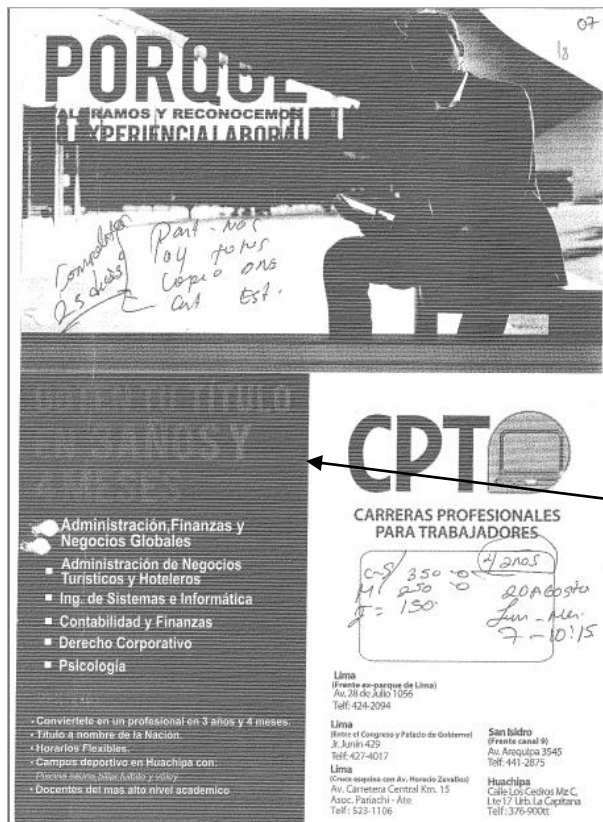
23. Sobre la base de las premisas antes expuestas, y conforme lo ha establecido la Sala¹², la metodología para evaluar si determinada información contenida en un anuncio publicitario infringe el principio de veracidad o no, consta de los siguientes pasos:
- (i) se debe establecer, a partir de una apreciación integral y superficial del anuncio publicitario, en qué consiste el contenido del mensaje que reciben los consumidores; y,
 - (ii) una vez delimitado dicho mensaje, este debe ser corroborado con la realidad y, si existe alguna discordancia, podrá concluirse que el anuncio publicitario es falso o induce a error y, consecuentemente, constituye un acto de engaño.

III.2.2. Aplicación al presente caso

A. Anuncio materia del presente procedimiento

24. Mediante Resolución 04-2016/CD2 del 25 de noviembre de 2016, la Comisión halló responsable a la Universidad por cometer de actos de competencia desleal, toda vez que habría incurrido en actos de engaño (de acuerdo a lo previsto en el numeral 8.1 del artículo 8 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal, en atención a lo antes señalado) por difundir un anuncio por el cual se ofrecía a los consumidores obtener el título y, por tanto, convertirse en un profesional, en un plazo máximo de tres (3) años y cuatro (4) meses, contado desde el inicio de los estudios, sin acreditar que ello sea factible.
25. Al respecto en la parte considerativa de dicha resolución, así como en la resolución de imputación de cargos, se consignó el anuncio cuestionado que contendría las afirmaciones e imágenes que transmitirían el mensaje presuntamente engañoso, el cual se reproduce a continuación:

¹² Esta metodología fue establecida, en su oportunidad, en el precedente de observancia obligatoria aprobado por Resolución 1602-2007/TDC-INDECOPI del 3 de septiembre de 2007.



“OBTEN TU TÍTULO
EN 3 AÑOS Y 4
MESES”

B. Interpretación del mensaje de la publicidad cuestionada materia de apelación

26. En primer lugar, es necesario determinar cuál es el mensaje transmitido por el anuncio publicitario cuestionado para luego comprobar su veracidad. Ello, considerando el anuncio difundido por la Universidad, y que ha sido materia de análisis en la resolución recurrida.
27. Sobre el particular, cabe indicar que a efectos de determinar si el imputado cometió actos de engaño es necesario efectuar una evaluación integral y superficial de la publicidad cuestionada y verificar si el mensaje que extraerían los consumidores de aquella resulta ser objetivo, de tal forma que, la información transmitida sea pasible de comprobación por parte del anunciante. Para tal efecto, se tomarán en cuenta los criterios explicados precedentemente.
28. De la revisión integral y superficial del anuncio cuestionado, se advierte que su difusión conteniendo las expresiones “*Porque valoramos y reconocemos tu experiencia laboral*” y “*CPT Carreras Profesionales Para Trabajadores*”, seguidamente la frase “*Obten tu título en 3 años y 4 meses*”, y debajo las siguientes carreras “*Administración, Finanzas y Negocios Globales*”, “*Administración de Negocios Turísticos y Hoteleros*”, “*Ingeniería de Sistemas e Informática*”, “*Contabilidad y Finanzas*”, “*Derecho Corporativo*” y “*Psicología*”,

acompañados de la imagen de una persona sentada usando un traje de vestir, transmitirá a los consumidores el mensaje de que la Universidad ofrece un programa con características especiales para el estudio de carreras profesionales denominado CPT, dirigido a personas que se encuentran laborando, en el cual se ofrece que quienes se matriculen en aquel podrán culminar alguna de las carreras universitarias antes señaladas y obtener el título profesional correspondiente en el plazo de tres (3) años y cuatro (4) meses.

29. Lo señalado en el párrafo precedente, se ve reforzado en razón de que en el mencionado anuncio se consignan los enunciados “Ventajas”, “*Conviértete en un profesional en 3 años y 4 meses*” y “*Título a nombre de la Nación*”, los cuales revelarían justamente que el mencionado programa especial puesto a disposición por la Universidad, ofrece la posibilidad de culminar los estudios de las carreras profesionales publicitadas en el anuncio cuestionado, así como obtener el título profesional correspondiente a estas, dentro del referido plazo.
30. En este punto conviene precisar que resulta de suma importancia considerar el contexto bajo el cual se difundió este anuncio, debiendo tener en cuenta que en el presente caso se trata de servicios de educación superior ofrecidos a través de un programa que reviste un carácter excepcional y se encuentra dirigido a un sector específico de consumidores, el cual está comprendido por aquellas personas que ya hayan estado desempeñándose en el ámbito laboral; por lo cual, el factor temporal, constituye un elemento determinante en la decisión de consumo a adoptar por el referido público objetivo.
31. Por tanto, teniendo en cuenta lo antes señalado, de conformidad con el deber de sustanciación previa, contenido en el artículo 8 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal, el imputado tiene la carga de acreditar la veracidad del mensaje transmitido a los consumidores mediante el anuncio cuestionado.

C. Análisis de la veracidad del mensaje que transmite el anuncio imputado

32. De la revisión de la Carta del 12 de octubre de 2012 y del Plan de Estudios aportados por la imputada, se aprecia que *las carreras de “Administración, Finanzas y Negocios Globales”, “Administración de Negocios Turísticos y Hoteleros”, “Ingeniería de Sistemas e Informática”, “Contabilidad y Finanzas” y “Psicología”,* tienen una duración de **[CONFIDENCIAL]** ciclos. Asimismo, de acuerdo a lo señalado en el respectivo Plan de Estudios (conforme lo indica la propia resolución impugnada, y que no ha sido rebatido en su recurso de apelación) la carrera de “*Derecho corporativo*” presenta una extensión de **[CONFIDENCIAL]** ciclos.

33. Sobre el particular, se debe tener en cuenta que el artículo 23 de la entonces vigente¹³ Ley 23733, Ley Universitaria (en adelante, la Ley Universitaria), establecía que para la obtención del título profesional se requiere la culminación de los estudios profesionales -de una duración mínima de diez (10) semestres académicos- o la aprobación de los años o créditos correspondientes¹⁴, además de la obtención del grado académico de bachiller.
34. Por otro lado, en la antes mencionada carta del 12 de octubre de 2012, la imputada informó que los ciclos o semestres académicos que componen a cada una de las carreras profesionales promocionadas como parte del programa CPT, tienen una duración de diecisiete (17) semanas¹⁵.
35. Lo señalado en el párrafo que antecede se encuentra respaldado por lo dispuesto en la Ley 23733, que en su artículo 19 establecía que el periodo lectivo tiene una duración mínima de treinta y cuatro (34) semanas anuales, las cuales se cumplen en la forma que la Universidad determine en su Estatuto y que iniciará a más tardar el primer día útil del mes de abril de cada año¹⁶. De ello se advierte que tal periodo lectivo podía desarrollarse en ciclos o semestres académicos distribuidos dentro de un año, cuya duración válidamente podría ser de diecisiete (17) semanas cada uno, tal como ha sido expresado por la propia Universidad.
36. Siendo así, se aprecia que para culminar la carrera profesional de “*Derecho Corporativo*” en el programa CPT, se necesitaría cuando menos un periodo de

¹³ Sobre el particular cabe señalar que el anuncio materia de cuestionamiento fue difundido en el año 2012, conforme se advierte del Informe 683-2015/GSF, siendo que en dicho año aún se encontraba vigente la Ley 23733, Ley Universitaria.

¹⁴ **LEY 23733, LEY UNIVERSITARIA (NORMA VIGENTE EN EL AÑO 2012, EN EL CUAL SE VERIFICÓ LA DIFUSIÓN DEL ANUNCIO MATERIA DE IMPUTACIÓN)**

Artículo 23.- Los títulos profesionales de Licenciado o sus equivalentes requieren estudios de una duración no menor de diez semestres académicos o la aprobación de los años o créditos correspondientes, incluidos los de cultura general que los preceden. Además, son requisitos la obtención previa del Bachillerato respectivo y, cuando sea aplicable, el haber efectuado práctica profesional calificada. Para obtener el título de Licenciado o sus equivalentes, se requiere la presentación de una tesis o de un examen profesional.

La segunda especialidad profesional requiere la licenciatura u otro título profesional equivalente previo. Da acceso al título, o a la certificación o mención correspondientes.

(Dicha norma se encuentra derogada por la Ley 30220, Nueva Ley Universitaria, publicada el 9 de julio de 2014)

¹⁵ Ver fojas 54 y 55 del expediente.

¹⁶ **LEY 23733, LEY UNIVERSITARIA (NORMA VIGENTE EN EL AÑO 2012, EN EL CUAL SE VERIFICÓ LA DIFUSIÓN DEL ANUNCIO MATERIA DE IMPUTACIÓN)**

Artículo 19.- El período lectivo tiene una duración mínima de treinta y cuatro (34) semanas anuales que se cumplen en la Universidad en la forma que determine su Estatuto y que comienza a más tardar el primer día útil del mes de abril de cada año.

(Dicha norma se encuentra derogada por la Ley 30220, Nueva Ley Universitaria, publicada el 9 de julio de 2014)

[CONFIDENCIAL] años y [CONFIDENCIAL] meses¹⁷. Asimismo, tal como ha sido señalado por la Comisión en la resolución recurrida y que no ha sido controvertido en la apelación interpuesta, del Calendario Académico 2012-I-CPT aportado por la Universidad¹⁸ se verifica que, entre el inicio y término de cada ciclo, existe un periodo de [CONFIDENCIAL] días, dedicados a [CONFIDENCIAL]¹⁹, todo lo cual permite evidenciar que culminar los estudios profesionales de la citada carrera conllevaba un plazo de [CONFIDENCIAL] años, [CONFIDENCIAL] meses y [CONFIDENCIAL] días, aproximadamente²⁰.

37. Por otra parte, se observa que finiquitar los estudios de las carreras profesionales de “Administración, Finanzas y Negocios Globales”, “Administración de Negocios Turísticos y Hoteleros”, “Ingeniería de Sistemas e Informática”, “Contabilidad y Finanzas” y “Psicología” tomaría, en principio, [CONFIDENCIAL] años y [CONFIDENCIAL] meses. Sin embargo, considerando que (de acuerdo a lo señalado en el párrafo precedente) entre el inicio y culminación de cada ciclo hubo un periodo de [CONFIDENCIAL] días, se colige que la finalización de los estudios profesionales correspondientes a las citadas carreras tomaba un tiempo aproximado de [CONFIDENCIAL] años, [CONFIDENCIAL] meses y [CONFIDENCIAL] días²¹.
38. En atención a lo señalado, se aprecia que el solo hecho de terminar los estudios correspondientes a las carreras publicitadas en el anuncio materia de cuestionamiento, excedería el plazo promocionado, lo cual además permite establecer de forma lógica que tampoco resultaría posible la obtención del Título Profesional correspondiente a dichas carreras dentro del plazo ofrecido en la publicidad materia de evaluación (tres (3) años y cuatro (4) meses). Ello, teniendo en consideración que para la obtención del mismo se requiere haber culminado los estudios profesionales y la obtención del grado de bachiller, conforme lo dispone el referido artículo 23 de la entonces vigente Ley 23733 y el propio Reglamento de la Universidad.

¹⁷ La referida duración se obtiene considerando que conforme al Plan de estudios adjuntado dicha carrera se conforma de [CONFIDENCIAL] ciclos, los cuales, conforme a lo indicado en la carta del 12 de octubre de 2012, duraban (17) semanas cada uno.

¹⁸ La información contenida en tal documento se ha declarado de carácter confidencial.

¹⁹ De la documentación adjuntada por la imputada se aprecia que entre el inicio del primer y segundo ciclo existió un periodo de [CONFIDENCIAL], lo cual permite inferir que entre cada ciclo de las carreras ofrecidas existió tal plazo.

²⁰ Cabe indicar que, dado que la citada carrera se compone de [CONFIDENCIAL] ciclos, correspondería adicionar el plazo que habría mediado entre cada ciclo, conforme a los términos señalados en el pie de página precedente, lo cual computado en meses es aproximadamente [CONFIDENCIAL] meses y [CONFIDENCIAL] días.

²¹ Cabe indicar que dado que las citadas carreras se componen de [CONFIDENCIAL] ciclos de diecisiete (17) semanas cada uno, correspondería adicionar el plazo que habría transcurrido entre cada ciclo, de acuerdo a lo antes expresado. En tal sentido, la suma de tales periodos, computados en meses, es aproximadamente [CONFIDENCIAL] meses y [CONFIDENCIAL] días.

39. En efecto, el artículo 22 del Reglamento de la Universidad, obrante en el expediente²², establece que para optar el Título Profesional se requiere, entre otros, poseer el Grado Académico de Bachiller y cumplir con lo prescrito en algunas de las modalidades de titulación²³. Asimismo, el artículo 11 del citado reglamento señala que dicho Grado Académico se confiere al estudiante que culminó en forma satisfactoria sus estudios de Pregrado²⁴.
40. Por lo anterior, dado que la obtención del Título Profesional en el programa promocionado requiere la culminación satisfactoria de los estudios profesionales, y que ello excede el plazo promocionado en el anuncio imputado, se advierte que el otorgamiento del dicho título en el plazo señalado en el anuncio materia de imputación, no se ajustaría la realidad. En tal sentido, la difusión del anuncio cuestionado indujo a error al público objetivo de consumidores al que se encontraba dirigido.
41. Al respecto cabe indicar que, desde el inicio de su difusión, el anuncio imputado debió encontrarse respaldado por material probatorio que revele la posibilidad de acabar las carreras ofrecidas y obtener el Título profesional, dentro del plazo publicitado.
42. En atención a ello, de lo actuado en el expediente no se advierte que conste medio probatorio alguno que acredite que, a la fecha de difusión de la publicidad, los alumnos matriculados en las carreras profesionales del programa CPT contenidas en el anuncio imputado, pudieran acabar sus estudios y obtener el Título Profesional en un plazo de tres (3) años y cuatro (4) meses. Por el contrario, tal como se ha señalado precedentemente, la culminación de tales carreras y la obtención del Título profesional, demandaba mayor tiempo al periodo promocionado.

²² Obrante de fojas 101 a 122.

²³ El artículo 28 del Reglamento de la Universidad prescribe lo siguiente:

“Artículo 28.- Las modalidades de titulación establecidas por la Universidad Privada TELESUP en armonía con el artículo 22 de la Ley Universitaria 23733.

a) Sustentación y aprobación de tesis.

b) Por experiencia profesional o prestación de servicios profesionales en la especialidad.

c) Programa especial de Titulación o actualización profesional.

d) Otras que las Carreras Profesionales consideren de acuerdo con sus características particulares.

e) Los Bachilleres de Derecho y Ciencia Política y/o Bachilleres en Derecho Corporativo pueden igualmente optar el título profesional, por la modalidad de: Presentación y sustentación oral de expedientes judiciales.”

²⁴ El artículo 11 del Reglamento de la Universidad establece lo siguiente:

“Artículo 11.- El grado Académico de Bachiller es el reconocimiento que se confiere al estudiante al haber culminado en forma satisfactoria sus estudios de Pregrado y, representa el reconocimiento oficial de la Universidad, a las condiciones de suficiencia académica que los graduandos han demostrado, así como el cumplimiento de los requisitos que establece el presente reglamento.”

43. Por su parte, conforme se advierte de los numerales del (i) al (iv) del fundamento 7 de la presente resolución, la imputada argumentó que existen otros mecanismos para complementar de información difundida en el anuncio (teléfonos, direcciones, proceso de admisión, reglamentos, contrato, entre otros), a través de los cuales se indicaba a los consumidores sobre las modalidades de titulación de las carreras que ofrecía.
44. Al respecto, conviene señalar que el análisis efectuado en el presente procedimiento se circunscribe únicamente a determinar si el mensaje que transmite el anuncio materia de imputación resultaba susceptible de inducir a error a los consumidores, al no ajustarse a la realidad. Ello, independientemente de la existencia de otros mecanismos de comunicación con la Universidad o la información que posteriormente podría desprenderse de la lectura del contrato o los reglamentos y procedimientos respectivos; pues lo antes señalado no enerva que, mediante la difusión de la pieza publicitaria evaluada, la Universidad haya incurrido la infracción imputada, captando así (de forma indebida) la atención de los consumidores.
45. Adicionalmente, la Universidad aduce que no es posible que un anuncio publicitario contenga toda la información de los servicios que ofrece, siendo que la normativa de competencia desleal no busca eliminar la publicidad, sino que el consumidor sea informado, lo cual se cumple con el proceso de inscripción, conforme se desprende de los numerales (iii) y (iv) del fundamento 7 de esta resolución.
46. Sobre el particular, cabe indicar que, en efecto, la Ley de Represión de la Competencia Desleal, no busca que las piezas publicitarias difundidas por los agentes económicos en el mercado contengan la totalidad de la información respecto a los servicios que se ofrecen, sino que la información que se decida trasladar a los consumidores a través de la publicidad sea veraz, de tal forma que no resulte susceptible de inducir a error a los consumidores. Sin embargo, esto no ha ocurrido en el presente caso, pues el mensaje transmitido en el anuncio imputado no resultaba acorde a la realidad.
47. Finalmente, la recurrente argumenta que no es posible que exista una afectación potencial al mercado, pues quien no esté conforme con la información brindada optará por otro centro de estudios, tal como se aprecia en el numeral (ii) del fundamento 7 de la presente resolución.
48. En cuanto a dicho argumento, corresponde señalar que la transmisión de un mensaje que induzca a error a los consumidores, tal como ocurre en el presente caso, sí implica que se genere un daño potencial en el mercado. Esto es así, pues al margen de la información que luego pueda brindarse a través de otros canales, el primer contacto con la promoción ofrecida es la publicidad, la cual

busca direccionar las decisiones de consumo del público al que se dirige.

49. En ese sentido, la difusión del mensaje contenido en el anuncio materia de cuestionamiento, podía desviar las preferencias de los consumidores a favor de la Universidad, y defraudar las expectativas de aquellos que hubieran podido contratar sus servicios bajo la creencia errada de que culminarían los estudios de las carreras profesionales promocionadas y obtendrían el Título profesional respectivo, dentro del plazo ofrecido (tres (3) años y cuatro (4) meses). Por tanto, corresponde desestimar el argumento de la imputada en este extremo.
50. Por las consideraciones expuestas, en la medida que la Universidad no ha acreditado, de manera previa a la difusión del anuncio, que los estudios de las carreras profesionales que ofrecía, podían culminarse en tres (3) años y cuatro (4) meses, ni que sea posible obtener el título profesional en dicho periodo; esta Sala concluye que dicha entidad educativa incurrió en actos de engaño. En consecuencia, corresponde confirmar la Resolución 04-2016/CD2 del 25 de noviembre de 2016 que determinó la responsabilidad de la imputada por incurrir en actos de competencia desleal en la modalidad de engaño, supuesto previsto en el numeral 8.1. del artículo 8 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal.

III.3. Sobre la graduación de la sanción

51. Finalmente, habiéndose verificado que en la presente resolución se ha confirmado la resolución recurrida en el extremo que determinó la responsabilidad de la imputada, por la presunta comisión de actos de competencia desleal en la modalidad de engaño, supuesto previsto en el numeral 8.1 del artículo 8 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal, y considerando que la imputada no presentó argumentos que cuestionen la graduación de la sanción realizada por la primera instancia, la cual se sustentó en el beneficio ilícito que habría obtenido la Universidad y probabilidad de detección de la infracción imputada, corresponde confirmar la Resolución 04-2016/CD2 en el extremo que impuso una multa total ascendente a sesenta punto ocho (60.8) UIT.

IV. RESOLUCIÓN DE LA SALA

PRIMERO: confirmar la Resolución 04-2016/CD2 del 25 de noviembre de 2016, en el extremo que halló responsable a la Universidad Privada Telesup S.A.C. de la comisión de actos de competencia desleal en la modalidad de engaño, supuesto previsto en el numeral 8.1 del artículo 8 del Decreto Legislativo 1044, Ley de Represión de la Competencia Desleal.

SEGUNDO: confirmar la Resolución 04-2016/CD2 del 25 de noviembre de 2016 en el extremo que impuso a la Universidad Privada Telesup S.A.C. una multa ascendente a sesenta punto ocho (60.8) Unidades Impositivas Tributarias.

Con la intervención de los señores vocales José Luis Bonifaz Fernández, Juan Luis Avendaño Valdez, Sergio Alejandro León Martínez, Julio Carlos Lozano Hernández y Silvia Lorena Hooker Ortega.

JOSÉ LUIS BONIFAZ FERNÁNDEZ
Presidente