



Autónoma
Universidad Autónoma del Perú

FACULTAD DE DERECHO
ESCUELA PROFESIONAL DE DERECHO

TESIS

LA PROPIEDAD INDUSTRIAL Y LAS CARACTERÍSTICAS RESPECTO A LA
COMPETENCIA DESLEAL EN EL SERVICIO DE TRANSPORTE EN EL DISTRITO
DE MALA 2022

PARA OBTENER EL TÍTULO DE
ABOGADA

AUTORA

MILENE AMPARO ANTIALON HUAPAYA
ORCID: 0000-0002-0419-3175

ASESOR

DR. JOSE MARIO OCHOA PACHAS
ORCID: 0000-0002-0675-2196

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN DEL PROGRAMA
ENFOQUE INTERDISCIPLINARIO DE LA CIENCIA JURIDICA

LIMA, PERÚ, FEBRERO DEL 2024



CC BY

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Esta licencia permite a otros distribuir, mezclar, ajustar y construir a partir de su obra, incluso con fines comerciales, siempre que le sea reconocida la autoría de la creación original. Esta es la licencia más servicial de las ofrecidas. Recomendada para una máxima difusión y utilización de los materiales sujetos a la licencia.

Referencia bibliográfica

Antialon Huapaya, M. A. (2023). *La propiedad industrial y las características respecto a la competencia desleal en el servicio de transporte en el distrito de Mala 2022* [Tesis de pregrado, Universidad Autónoma del Perú]. Repositorio de la Universidad Autónoma del Perú.

HOJA DE METADATOS

Datos del autor	
Nombres y Apellidos	Milene Amparo Antialon Huapaya
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	70134908
URL de ORCID	https://orcid.org/0000-0002-0419-3175
Datos del asesor	
Nombres y Apellidos	Jose Mario Ochoa Pachas
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	07588319
URL de ORCID	https://orcid.org/0000-0002-0675-2196
Datos del Jurado	
Presidente del jurado	
Nombres y Apellidos	Luis Ángel Espinoza Pajuelo
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	10594662
Secretario del jurado	
Nombres y Apellidos	Victor Manuel Urbizagastegui Silvestre
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	41072118
Vocal del Jurado	
Nombres y Apellidos	Moises Noe Huaman Pillhuaman
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	43226902
Datos de la investigación	
Título de la investigación	La propiedad industrial y las características respecto a la competencia desleal en el servicio de transporte en el distrito de Mala 2022
Línea de investigación Institucional	Persona, Sociedad, Empresa y Estado
Línea de investigación del Programa	Enfoque interdisciplinario de la ciencia jurídica
URL de disciplinas OCDE	https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.05.01

FACULTAD DE DERECHO
ESCUELA PROFESIONAL DE DERECHO
ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En la ciudad de Lima, el jurado de sustentación de tesis conformado por: el DR. LUIS ÁNGEL ESPINOZA PAJUELO como presidente, el MAG. VICTOR MANUEL URBIZAGASTEGUI SILVESTRE como secretario y el MAG. MOISES NOE HUAMAN PILLHUAMAN como vocal, reunidos en acto público para dictaminar la tesis titulada:

**LA PROPIEDAD INDUSTRIAL Y LAS CARACTERÍSTICAS RESPECTO A LA
COMPETENCIA DESLEAL EN EL SERVICIO DE TRANSPORTE EN EL DISTRITO
DE MALA 2022**

Presentado por la bachiller:

MILENE AMPARO ANTIALON HUAPAYA

Para obtener el **Título Profesional de Abogada**; luego de escuchar la sustentación de la misma y resueltas las preguntas del jurado se procedió a la calificación individual, obteniendo el dictamen de **Aprobado - Muy Bueno** con una calificación de **DIECISIETE (17)**.

En fe de lo cual firman los miembros del jurado, el 28 de febrero del 2024.



PRESIDENTE
DR. LUIS ÁNGEL ESPINOZA
PAJUELO



SECRETARIO
MAG. VICTOR MANUEL
URBIZAGASTEGUI SILVESTRE



VOCAL
MAG. MOISES NOE
HUAMAN PILLHUAMAN

ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD

Yo Jose Mario Ochoa Pachas docente de la Facultad de Derecho de la Escuela Profesional de Derecho de la Universidad Autónoma del Perú, en mi condición de asesor de la tesis titulada:

LA PROPIEDAD INDUSTRIAL Y LAS CARACTERÍSTICAS RESPECTO A LA COMPETENCIA DESLEAL EN EL SERVICIO DE TRANSPORTE EN EL DISTRITO DE MALA 2022

De la bachiller Milene Amparo Antialon Huapaya, certifico que la tesis tiene un índice de similitud de 15% verificable en el reporte de similitud del software Turnitin que se adjunta.

El suscrito revisó y analizó dicho reporte a lo que concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad Autónoma del Perú.

Lima, 22 de febrero de 2024



JOSE MARIO OCHOA PACHAS

DNI 07588319



DEDICATORIA

Agradezco a Dios por haberme permitido alcanzar mis objetivos, a mi madre quien me ha brindado su apoyo en todo momento.

AGRADECIMIENTOS

Agradecer a la Universidad Autónoma del Perú por darme la oportunidad de desarrollarme como estudiante dentro de sus aulas y brindarme los conocimientos como futura profesional. A mi asesor en su momento Dr. Jose Mario Ochoa Pachas por sus acertadas sugerencias y la motivación que nos brindaba. Indudablemente a mi familia que son el soporte de todo.

ÍNDICE

DEDICATORIA.....	2
AGRADECIMIENTOS.....	3
LISTA DE TABLAS.....	5
LISTA DE FIGURAS.....	7
RESUMEN.....	9
ABSTRACT.....	10
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN.....	11
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA.....	37
2.1 Tipo y diseño de investigación.....	38
2.2 Población, muestra y muestreo.....	39
2.3 Hipótesis.....	41
2.4. Variables y operacionalización.....	42
2.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	44
2.6. Procedimientos.....	46
2.7. Análisis de datos.....	47
2.8. Aspectos éticos.....	48
CAPÍTULO III: RESULTADOS.....	49
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN.....	69
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES.....	73
CAPÍTULO VI: RECOMENDACIONES.....	75
REFERENCIAS	
ANEXOS	

LISTA DE TABLAS

Tabla 1	Proceso de dimensión V1
Tabla 2	Proceso de dimensión V2
Tabla 3	Propuestas de cada teoría
Tabla 4	Análisis de coincidencia con el objetivo de las teorías
Tabla 5	Análisis de contradicciones
Tabla 6	Operacionalización de la variable 1
Tabla 7	Operacionalización de la variable 2
Tabla 8	Fiabilidad de la variable 1
Tabla 9	Fiabilidad de la variable 2
Tabla 10	Resultado de, si el diseño industrial influye en el éxito comercial
Tabla 11	Resultado de, si el objeto social influye en el diseño industrial
Tabla 12	Resultado de, si las palabras como parte de los signos figurativos son importantes al momento de seleccionar un servicio
Tabla 13	Resultado de, si los signos figurativos influyen en la identificación de un servicio por medio de la utilización de las letras
Tabla 14	Resultados de, si los números forman parte de los signos figurativos para describir una marca
Tabla 15	Resultados de, si es importante resguardar los signos distintivos para prever que otras empresas afecten copiando sus símbolos de identificación
Tabla 16	Resultados de, si las figuras provocan una respuesta positiva en los clientes a causa de que tienen signos distintivos exclusivos al momento de elegir un servicio
Tabla 17	Resultados de, si la incorporación de los elementos gráficos como parte de los signos distintivos generan identidad propia dentro de una empresa
Tabla 18	Resultados de, si una de las causas de la competencia desleal respecto a los signos distintivos puede generar dificultad para identificar un servicio de elección del consumidor
Tabla 19	Resultados de, si una de las causas de confusión en el mercado sea la dificultad para identificar una marca

Tabla 20	Resultados de, si una de las consecuencias de la competencia desleal puede generar pérdidas económicas dentro de las empresas debido a la falta de protección de los signos distintivos
Tabla 21	Resultados de, si la irretornabilidad de la inversión puede prevenirse si la propiedad industrial preserva su identificación con sus consumidores evitando que se vea afectado por actos de competencia desleal
Tabla 22	Resultados de, si la imitación de un signo distintivo busca vulnerar los derechos de la propiedad industrial y la competencia
Tabla 23	Resultados de, si la propiedad industrial puede alertar a los consumidores para que no sean inducidos a error a efectos de que se vulneren sus preferencias de elección
Tabla 24	Resultados de, si la competencia desleal puede generar afectación al prestigio y popularidad dentro de un mercado
Tabla 25	Prueba de Kolmogorov-Smirnov, variable propiedad industrial
Tabla 26	Prueba de Kolmogorov-Smirnov, variable competencia desleal
Tabla 27	Rho de Spearman, propiedad industrial y competencia desleal
Tabla 28	Rho de Spearman, propiedad industrial y signos distintivos
Tabla 29	Rho de Spearman, diseño industrial y pérdidas económicas

LISTA DE FIGURAS

- Figura 1 Resultado de, si el diseño industrial influye en el éxito comercial
- Figura 2 Resultado de, si el objeto social influye en el diseño industrial
- Figura 3 Resultado de, si las palabras como parte de los signos figurativos son importantes al momento de seleccionar un servicio
- Figura 4 Resultado de, si los signos figurativos influyen en la identificación de un servicio por medio de la utilización de las letras
- Figura 5 Resultados de, si los números forman parte de los signos figurativos para describir una marca
- Figura 6 Resultados de, si es importante resguardar los signos distintivos para prevenir que otras empresas afecten copiando sus símbolos de identificación
- Figura 7 Resultados de, si las figuras provocan una respuesta positiva en los clientes a causa de que tienen signos distintivos exclusivos al momento de elegir un servicio
- Figura 8 Resultados de, si la incorporación de los elementos gráficos como parte de los signos distintivos generan identidad propia dentro de una empresa
- Figura 9 Resultados de, si una de las causas de la competencia desleal respecto a los signos distintivos puede generar dificultad para identificar un servicio de elección del consumidor
- Figura 10 Resultados de, si una de las causas de confusión en el mercado sea la dificultad para identificar una marca
- Figura 11 Resultados de, si una de las consecuencias de la competencia desleal puede generar pérdidas económicas dentro de las empresas debido a la falta de protección de los signos distintivos
- Figura 12 Resultados de, si la irretornabilidad de la inversión puede prevenirse si la propiedad industrial preserva su identificación con sus consumidores evitando que se vea afectado por actos de competencia desleal
- Figura 13 Resultados de, si la imitación de un signo distintivo busca vulnerar los derechos de la propiedad industrial y la competencia

Figura 14 Resultados de, si la propiedad industrial puede alertar a los consumidores para que no sean inducidos a error a efectos de que se vulneren sus preferencias de elección

Figura 15 Resultados de, si la competencia desleal puede generar afectación al prestigio y popularidad dentro de un mercado

**LA PROPIEDAD INDUSTRIAL Y LAS CARACTERÍSTICAS RESPECTO A LA
COMPETENCIA DESLEAL EN EL SERVICIO DE TRANSPORTE EN EL DISTRITO
DE MALA 2022**

MILENE AMPARO ANTIALON HUAPAYA

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL PERÚ

RESUMEN

Esta investigación tuvo como objetivo determinar cómo la problemática relacionada con la Propiedad Industrial se vio afectada por actos de competencia desleal en el distrito de Mala en 2022. En este contexto, se resaltó la importancia de definir la propiedad industrial, ya que la falta de aplicación de este principio exclusivo podría resultar en competencia desleal. Se identificaron actos de competencia desleal a través de la utilización de signos distintivos, lo que generó tanto pérdidas económicas como daños morales y confusión en el mercado. En esta investigación se empleó un enfoque cuantitativo y una metodología de tipo básico, utilizando encuestas como principal instrumento de recopilación de datos. Los resultados indican que, las variables propiedad industrial y competencia desleal tienen una relación positiva fuerte con un $r = 0,997$ y un $p\text{-valor} = 0,000$. Como conclusión, se determinó que la falta de protección de los signos distintivos que componen la propiedad industrial contribuyó a la confusión en el mercado al momento de seleccionar un servicio, respaldado por una correlación positiva muy fuerte entre las variables.

Palabras clave: propiedad industrial, competencia desleal, signos distintivos

**INDUSTRIAL PROPERTY AND CHARACTERISTICS REGARDING UNFAIR
COMPETITION IN THE TRANSPORTATION SERVICE IN THE MALA DISTRICT
2022**

MILENE AMPARO ANTIALON HUAPAYA

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL PERÚ

ABSTRACT

This research aimed to determine how issues related to Industrial Property were affected by acts of unfair competition in the district of Mala in 2022. In this context, the importance of defining industrial property was highlighted, as the lack of application of this exclusive principle could result in unfair competition. Acts of unfair competition were identified through the use of distinctive signs, leading to both economic losses and moral damages, as well as confusion in the market. A quantitative approach and a basic methodology were employed in this research, using surveys as the main data collection instrument. The results indicate that the variables of industrial property and unfair competition have a strong positive relationship with an $r = 0.997$ and a $p\text{-value} = 0.000$. In conclusion, it was determined that the lack of protection of distinctive signs that make up industrial property contributed to market confusion when selecting a service, supported by a very strong positive correlation between the variables.

Keywords: industrial property, unfair competition, distinctive signs

CAPÍTULO I
INTRODUCCIÓN

En la realidad problemática, se puede apreciar que, desde los inicios de la civilización, el ser humano tiene la capacidad de poder expresar ideas, pensamientos y creaciones intelectuales, estas creaciones son libres y propias, pero a su vez reguladas dentro de cada legislación.

Como orden jerárquico, de acuerdo a los derechos fundamentales que se encuentran en el texto constitucional peruano, se tiene al derecho a la libertad de creación intelectual, científica, técnica, y artística, así como a la propiedad referente a las creaciones y a su fruto, debiendo el Estado propiciar el acceso a la cultura, fomentando a la vez su difusión y desarrollo (Constitución Política del Perú, 1993).

En referencia a la propiedad intelectual, se define como aquello que se les atribuye a las personas por sus propias creaciones y estas puedan disponer de este derecho por un plazo determinado (Organización Mundial del Comercio, s.f.).

Cabe mencionar que dentro de la propiedad intelectual se tiene a la propiedad industrial, que tiene por finalidad proteger aquel conjunto de productos destinados al comercio o a la industria, necesarias para participar en el mercado.

Es así que los diseños industriales tienen la finalidad de otorgar una apariencia y aplicación especial a un producto u obra de artesanía para aspectos ornamentales y estéticos de un artículo en cuanto a sus composiciones de líneas o colores de forma tridimensional, por lo cual, el diseño debe ser atractivo estéticamente, además de ser reproducido por medios industriales, razón por que recibe el calificativo de industria (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, 2016).

Es por ello, que el diseño industrial busca tener protección y derecho exclusivo ante el uso de terceros que no hayan solicitado autorización para actividades comerciales y evitar que estén expuestos a la explotación no autorizada del diseño (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, 2016).

Nóvoa (1984) comenta que los signos distintivos “es la unión entre el signo y producto, lo que identifica y distingue a una marca; y sus competencias, en cuanto que tal unión es aprehendida por los consumidores” (p. 23).

Por consiguiente, lo que señala la dirección de signos distintivos es que existen cuatro signos distintivos además de la marca, como el lema comercial, nombre comercial, marca de certificación y marca colectiva, los cuales en conjunto sirven para distinguirse o diferenciarse en el mercado al momento de ofrecer o publicitar un producto o servicio (Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y Protección al Consumidor, s.f.).

Ahora bien, en un caso en concreto la empresa Huapaya Soriano S.A. quienes realizan el servicio de transporte interprovincial, partiendo desde el distrito de Mala que pertenece a la Provincia de Cañete, hasta el distrito de la Victoria que pertenece a la Provincia de Lima, empresa que continúa desarrollando sus actividades desde el año 1993.

La empresa de transportes Huapaya Soriano S.A. tiene un signo distintivo que consiste en un logotipo conformado por una escarapela con la denominación “Empresa de Transporte José Huapaya S.A. Mala Perú”, bordeado con la figura de un globo terráqueo que contiene una franja con las letras “E.T.J.HU. S.A.” ambas que se visualizan escritas de formas características; por el lado derecho contiene la denominación “Huapaya S.A” estilizada de tres estrellas, tres figuras geométricas y un globo terráqueo con paralelos y meridianos, estos elementos aparecen en la parte lateral de un bus de color plateado, en los colores rojo, blanco, negro, celeste, azul, azul marino y amarillo, el cual contribuye a que el cliente o consumidor finalmente identifique el servicio de transporte que va elegir.

Esta persona jurídica consiguió el registro de la marca de certificación en el año 2006 otorgado por la dirección de signos distintivos del INDECOPI, sin embargo, la protección que ofrece la legislación en cuanto al registro, tiene 10 años de vigencia a partir de la fecha que se otorgó el certificado. Es evidente, que hasta la fecha dicho periodo de vigencia del registro de la marca ha caducado, lo cual, no quiere decir que dicho signo distintivo quede desprotegido, puesto que la empresa tiene la oportunidad de renovar y para ello tienen un plazo de seis meses de haber transcurrido el vencimiento de dicho periodo, oportunidad que por razones aún desconocidas se perdió.

Ante dicha situación, surge una empresa de nombre comercial "Maleño VIP" que se constituye en el año 2015 y se hace conocida en el distrito de Mala - Cañete a mediados del año 2022, lo más característico es que, Maleño VIP empresa que tiene el mismo rubro y la misma ruta de transporte que la empresa José Huapaya Soriano S.A, coloca en sus buses unos signos bastante similares al de la otra empresa, similar en cuanto al color del bus y el logotipo.

El uso adecuado del color y logotipo permitirá mostrar al producto más atractivo y tener una propia personalidad dentro del mercado, por lo cual, atraerá al consumidor y se podrá diferenciar entre las diferentes competencias (Gaitán, 2007).

Por consiguiente, después de caducar la vigencia otorgada por INDECOPI, si una empresa de la competencia utiliza el signo distintivo es absolutamente legal, teniendo como consecuencia pérdidas patrimoniales, tanto como morales y confusión en el mercado.

Es así la importancia de poder definir la propiedad industrial, dado que la falta de aplicación de este principio exclusivo puede tener como consecuencia la competencia desleal, por ende, INDECOPI busca que los clientes sean más rigurosos

e informados para que no se afecte sus derechos de consumidor; y los proveedores sean responsables con el mismo fin, aplicando también la publicidad comercial, observando la libre y leal competencia, ya que esta identidad es el encargado de cumplir normas para reprimir la competencia desleal entre los agentes económicos (Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y Protección al Consumidor, s.f.).

La inadecuada utilización del sistema de marcas puede convertirse en una herramienta para perjudicar la competencia leal en el mercado, a través de prácticas de obstrucción. Estas prácticas, definidas como acciones que, careciendo de una justificación objetiva, afectan negativamente la posición competitiva de un tercero al interferir en su desarrollo normal en el mercado. Aunque este escenario no esté explícitamente contemplado en la ley de represión de la competencia desleal, es posible que las autoridades competentes evalúen tales prácticas de acuerdo con lo establecido en la cláusula general (Murillo, 2021).

La normativa destinada a prevenir la competencia desleal tiene como objetivo salvaguardar el correcto desenvolvimiento del proceso competitivo. Específicamente, la cláusula general contemplada en la ley de represión de la competencia desleal abarca dos aspectos: i) una dimensión sustantiva, que implica una obligación general de competencia alineada con el marco constitucional de una economía social de mercado en nuestro Estado; y ii) una dimensión procesal, que constituye un fundamento para la imputación de cargos en un procedimiento administrativo sancionador. Este último se aplicará únicamente en ausencia de disposiciones específicas que aborden la presunta infracción (Murillo, 2021).

Por esa razón, se creó una Ley que, en su finalidad, indica lo siguiente, decreto legislativo N.º 1044 (2008): “La presente Ley reprime todo acto o conducta de

competencia desleal que tenga por efecto, real o potencial, afectar o impedir el adecuado funcionamiento del proceso competitivo” (p.2).

Continuando con el párrafo anterior, es así, como se empieza a regular esta conducta o actos inapropiados en el Artículo 6, mediante el decreto legislativo N.º 1044 (2008), indica lo siguiente: “Un acto de competencia desleal es aquél que resulte objetivamente contrario a las exigencias de la buena fe empresarial que deben orientar la concurrencia en una economía social de mercado” (p.3).

El Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual decidió crear una comisión de fiscalización sobre competencia desleal en las empresas peruanas que habían sido transgredidos sus derechos por empresarios de su misma competencia, es así, como esta comisión busca informar los procedimientos sancionadores iniciados durante el año 2022.

Por consiguiente, existen 22 empresas que acudieron a INDECOPI por actos de competencia desleal, es así, como durante el registro de INDECOPI - 2022, se percibe la siguiente estadística: El 99% de las denuncias fueron Fundadas y solo 1% fue revocada, a lo que señala que existen empresas que recurren a esta identidad llamada INDECOPI, debido a que de alguna manera, genera perjuicio en el mercado, como por ejemplo pérdidas económicas (Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual, 2022).

Respecto a las pérdidas económicas Pindyck (2011) manifestó que, las empresas abandonan el mercado cuando experimentan pérdidas económicas y entran en él para obtener beneficios. A largo plazo, las empresas obtienen beneficios económicos nulos, lo que significa que no están perdiendo dinero, pero tampoco están obteniendo ganancias significativas.

La economía solventa al ser humano para abastecer sus necesidades, también solventan a las empresas para mantenerse y competir en un mercado de manera lícita, es así, que la economía es importante en todos los sectores, sin embargo, existen pérdidas económicas que de alguna manera se pudo prevenir, por ejemplo, en cómo la correcta protección de la propiedad industrial, dentro de las marcas y signos distintivo, puede evitar la competencia desleal.

Por ello, la relevancia del trabajo en hallar dentro del objeto de investigación, la correlación de las dos variables, lo cual, conllevará a identificar lo importante que es renovar el registro del signo distintivo en la praxis empresarial, debido que la caducidad de una marca registrada no tiene carácter retroactivo y se tiene que acentuar para que dichos signos distintivo prevalezca durante la vida legal de la marca.

En la formulación del problema el autor Schwarz (2018) donde describió que la formulación del problema se relaciona con las variables, asimismo, identificado estos elementos se puede determinar el problema general y específico llegando así al objetivo central de la investigación científica.

Según Espinoza (2018) señala que: “Para iniciar una investigación es necesario identificar una situación o dificultad a la que no se le encuentra solución y debe ser concretada con precisión, Esta es la problemática, una fracción del problema inicial” (p.302).

Según Espinoza (2018) señala que: “Al construir el problema es necesario plantearlo de forma precisa y clara, de forma que puedan ser concretadas correctamente y puedan ser contrastadas con las preguntas de otros investigadores” (p.303).

Según Arias (2012) señala que: “Es aquello que amerita ser resuelto; si no hay necesidad de solucionarlo, entonces no existe el problema” (p. 37).

Tabla 1

Proceso de dimensión V1

Variable 1	Dimensiones
Propiedad industrial	<ol style="list-style-type: none"> 1. Diseño Industrial 2. Signos figurativos 3. Signos Distintivos

Tabla 2

Proceso de dimensión V2

Variables 2	Dimensiones
Competencia Desleal	<ol style="list-style-type: none"> 1. Confusión en el mercado 2. Pérdidas económicas 3. Aprovechamiento indebido

En el problema general se planteó la siguiente pregunta: ¿Existe afectación a la propiedad industrial al ejecutarse actos de competencia desleal en el distrito de Mala 2022?

En el problema específico se planteó las siguientes preguntas: ¿De qué manera la falta de protección de los signos distintivos referentes a la propiedad industrial influye en la confusión en el mercado al momento de elegir un servicio?, ¿De qué manera el diseño industrial de las empresas previene las pérdidas económicas a razón de las causas de la competencia desleal?

Como objetivo general se planteó determinar de qué manera la problemática respecto a la Propiedad industrial se afecta con actos de Competencia Desleal en el distrito de Mala 2022.

Como objetivo específico se plantearon dos objetivos, determinar de qué manera la falta de protección de los signos distintivos referentes a la propiedad industrial influyen en la confusión en el mercado al momento de elegir un servicio y determinar de qué manera el diseño industrial de las empresas previene las pérdidas económicas a razón de las causas de la competencia desleal.

La justificación del trabajo de estudio permitirá conocer con claridad la importancia de esta investigación.

Según Tantaleán (2019), señala que: “La justificación o fundamentación de la investigación responde a la pregunta por qué se hace el estudio, porque es necesario llevar a cabo la investigación” (p. 476).

Para Bernal (2010) en la investigación, se sustenta una razón teórica cuando el propósito del estudio implica fomentar la reflexión y el debate académico sobre el conocimiento establecido, ya sea cuestionando una teoría, comparando resultados o abordando la epistemología del conocimiento existente.

Por ende, esta investigación se justifica con el objeto de aportar a las teorías ya existentes, sobre la necesaria protección de los signos distintivos protegidos por INDECOPI, cuyos resultados podrían sistematizarse para comprender la importancia de la propiedad industrial en nuestro país.

De acuerdo a la justificación metodológica, en el campo de la ciencia se pueden presentar problemas o vacíos científicos, de tal forma, se debe subsanar con la argumentación (Bernal, 2010).

Por ello, el estudio se justifica en la metodología que permitirá conocer los instrumentos de investigación y la elaboración de nuestro marco metodológico a través de la información recabada, asimismo, se podrá demostrar su autenticidad y veracidad para que puedan ser utilizados en otras investigaciones.

La justificación práctica se realiza debido a que existe la necesidad de proteger los signos distintivos dentro de una empresa, por lo que es necesario su correcto conocimiento y aplicación en los trámites que se realizan mediante INDECOPI, ya que a través de los signos distintivos las empresas se identifican con sus clientes y crean su propia identidad dentro de un mercado

Dentro de la limitación de la investigación para la elaboración del estudio se mencionan los obstáculos que concurrieron en la investigación.

En cuanto a la limitación temporal, la investigadora se encontró laborando tiempo completo y a la vez llevando 5 cursos de carrera, pese a ello, se adecuó bien en sus horarios para elaborarlo en el transcurso de las mañanas, por lo tanto, no presentó dificultad para el desarrollo del trabajo de investigación.

De acuerdo a la limitación económica, para el trabajo de investigación se realizó la compra de 3 libros fundamentales para el desarrollo del tema, además, se puede precisar que gracias a la orientación y conducción del asesor no fue necesario realizar otros gastos más que para la ejecución, los cuales fueron ínfimos.

En cuanto a la limitación bibliográfica, el investigador considera que no existió ninguna limitación, puesto que nuestra Universidad Autónoma del Perú tiene una biblioteca virtual, tanto como presencial para recurrir a informaciones y fuentes confiables.

En la limitación espacial el trabajo de investigación se desarrolló en la ciudad de Lima, provincia de Cañete, distrito de Mala.

En los Antecedentes Internacionales se tiene a los siguientes autores, Quilligana (2020) realizó una tesis que trata sobre los actos de competencia desleal por parte de las empresas que compiten dentro de un mercado, asimismo, se relaciona con las sanciones que tendrían aquellas marcas que transgreden el derecho

de propiedad industrial, la metodología aplicada en la tesis es cuantitativa a través de un alcance descriptivo y exploratorio, el instrumento utilizado es la encuesta realizada a los estudiantes de la carrera de derecho de la universidad de Ecuador, la misma que genera como resultado que la mayoría de los encuestados afirman que las empresas desconocen cómo proteger su marca, por lo tanto, ha coadyuvado con el objetivo de la tesis, en cuanto la desprotección de las marcas generó confusión a los consumidores al momento de elegir un producto a través de la publicidad engañosa que da origen a la competencia desleal.

Acara (2021) realizó una tesis sobre la publicidad engañosa y la no autorización del propietario, la misma que se relaciona con la competencia desleal al momento de elegir un servicio o producto, la metodología aplicada en la tesis es cuantitativa a través de un método científico y estadístico, el instrumento utilizado es la encuesta la misma que determina que la publicidad engañosa puede afectar directamente al consumidor, por ende, la empresa se vería perjudicada financieramente y moralmente, por lo cual, genera una relación directa con el objetivo en cuanto es importante que las empresas se puedan identificar plenamente con sus consumidores gozando de protección jurídica para evitar atentados con terceros no autorizados que utilizan una marca que no le corresponde.

Mawyin & Alvarez (2020) realizó una tesis sobre el registro de marca, la misma que se relaciona con la propiedad industrial, la metodología aplicada es cuantitativa y cualitativa, uno de sus instrumentos utilizados es la encuesta a 50 abogados en libre ejercicio, llegando a la conclusión que la mayor parte de la población indica que es importante registrar una marca para evitar copias, es por ello, que ha coadyuvado con el objetivo, en cuanto, es importante salvaguardar la protección de la propiedad industrial evitando así actos de competencia desleal.

Torres (2018) realizó una tesis sobre la aplicación del principio de especialidad en el registro de marcas notorias, la misma que se relaciona con la propiedad industrial y confusión en el mercado, la metodología aplicada es cuantitativo, de modo que el instrumento utilizado es la encuesta a los consumidores, dando como resultado que no existe riesgo de confusión al momento de elegir un servicio o producto similar, asimismo, ha coadyuvado con el objetivo de la tesis, en cuanto se pueda determinar la importancia de la marca.

Zeas (2017) realizó una tesis que trata sobre la marca y la publicidad exterior visual, la misma que se relaciona con los signos distintivos de una empresa destinado a identificarse con sus consumidores, la metodología aplicada en esta tesis es cuantitativa a través de un alcance exploratorio, descriptivo y explicativo, el instrumento utilizado es la encuesta realizada a 30 personas del distrito de Quito, llegando a la conclusión que la mayor parte de los encuestados desconoce que es la contaminación exterior visual, ya que para ellos no existe un ente regulador que supervise y fiscalice estos atentados, por lo cual, se relaciona con el objetivo de la tesis, asimismo, la marca dentro de la propiedad industrial forma parte de la responsabilidad social y ambiental al ser parte de un símbolo de identificación para que puedan gozar de un derecho de marca.

Cordova (2015) realizó una tesis que busca conocer la experiencia de la marca con sus consumidores en las empresas, por lo cual, se relaciona con la propiedad industrial y los signos distintivos de una marca, la metodología aplicada es cuantitativa, de modo que, el enfoque es la encuesta formal y estructurado realizado a los estudiantes de la universidad de Chile y afines, dando como resultado que la mayoría de los encuestados afirman que tienen un vínculo emocional con las marcas mencionadas, generando confianza a través de la experiencia, asimismo, coadyuva

con el objetivo de la tesis en cuanto se determina la importancia del marketing, bajo referida experiencia se va a fortalecer la lealtad, el valor e identidad de la marca.

Yáñez (2015) realizó una tesis de estudio sobre la competencia desleal en los derechos económicos, la misma que se relaciona con las pérdidas económicas que pueden tener las empresas al momento de no proteger sus marcas, la metodología aplicada es cuantitativa a través de un enfoque exploratorio, descriptivo y explicativo, el instrumento utilizado es la encuesta a personas naturales y jurídicas que han sido perjudicadas con actos de competencia desleal, dando como resultado que la mayor parte de los encuestados consideran que fueron afectados gravemente con estos actos desleales, asimismo, coadyuva con el objetivo de la tesis en cuanto se considera que la propiedad industrial combate la competencia desleal, sin embargo, no existen normativas aplicables que regulen estas conductas en Ecuador, por lo cual, generaría muchas pérdidas económicas en las empresas y una carga procesal en el estado Ecuatoriano al no poder combatir directamente estos actos hostiles que perjudica al sector mercantil.

Arenas y Ortega (2015) realizaron una tesis sobre la importancia del color dentro de una marca en cuanto a la percepción del consumidor, la misma que se relaciona con la propiedad industrial, la metodología aplicada en esta tesis es cuantitativa, de enfoque descriptivo, el instrumento utilizado es la encuesta online donde participaron 600 personas de Colombia, demostrando así la importancia de los colores en una marca, pues con ello, se logró comprobar que los colores imponen personalidad propia en una marca, es así que el objetivo de la tesis contribuye a una identificación del producto hacia sus consumidores, por lo cual, genera un gran impacto en lo que una marca transmite y lo que efectivamente el consumidor percibe.

Asimismo, dentro de los antecedentes nacionales, se tiene al autor Díaz (2021) realizó una tesis que trata sobre los delitos de propiedad intelectual, la misma que se vincula y relaciona con el derecho de propiedad industrial, la metodología aplicada en esta tesis es mediante un enfoque cuantitativo, a través de un alcance descriptivo, asimismo, el instrumento que se ha utilizado es la encuesta, teniendo como resultado que la mayor parte de la población encuestada del distrito de Jesús María, Lima, la misma que se coadyuva con la tesis en cuanto señala la importancia que deben tener los justiciables al conocer exhaustivamente las doctrinas relacionadas con la propiedad intelectual para determinar una correcta aplicación en nuestra legislación, finalmente, se llega a la conclusión que la eficacia jurídica que tiene nuestro país para contrarrestar estas acciones o medidas coercitivas es por medio de las sanciones y la reparación del daño causado a las empresas, estados, y personas naturales para el beneficio de estas mismas, evitando así los atentados contra la propiedad industrial.

Medina (2020) realizó una tesis que trata sobre la protección de los signos distintivos, la misma que se vincula con la propiedad industrial, la metodología aplicada es cuantitativa, a través de un alcance explicativo y descriptivo, el instrumento utilizado es la encuesta, dando como resultado que la mayor parte de la población encuestada del emporio de Gamarra, la Victoria, Lima, determina que los signos distintivos y la marca gozan de protección legal por parte de INDECOPI, asimismo, contribuye con el objetivo de la tesis en cuanto se determina la importancia que genera las empresas al poder tener una identificación y un logo protegido por nuestra legislación, dando como resultado un mejor posicionamiento en el mercado y una competencia leal con sus demás adversarios.

Calmet et al. (2020) realizaron una tesis sobre la identidad de una marca dentro de una empresa dedicada al transporte público, la misma que se vincula con la

propiedad industrial y los signos distintivos, la metodología aplicada en esta tesis es cuantitativa y de alcance explicativo, asimismo, el instrumento utilizado es la encuesta, dando como resultado que la mayor parte de la población encuestada de Lima metropolitana y Callao no identifican correctamente a la empresa, en cuanto le falta personalidad propia y carece de percepción de su logo hacia los consumidores, finalmente, se puede concluir que la marca debe componerse por elementos tangibles como son el nombre, el símbolo, logo, diseño y elementos intangibles en cuanto se refiere a la identidad, personalidad y sentimiento, buscando así que el consumidor pueda identificarse con el producto elegido, a través del logo que tiene cada empresa para identificarse dentro de un mercado gozando de la protección de la propiedad industrial y el derecho de marcas, por lo cual, se relaciona con el objetivo de la tesis.

Vallejos (2018) realizó una tesis sobre la autenticidad de la marca, la misma que se relaciona con el derecho de propiedad industrial dentro de una empresa que busca identificarse a través de la construcción del valor, en cuanto contribuye con el objetivo de la tesis, asimismo, se empleó la metodología cuantitativa de tipo correlacional, el instrumento utilizado es el cuestionario realizado a las personas que residen en Lima Metropolitana y Callao, dando como resultado que las empresas que están en competencia y teniendo el mismo rubro pueden identificarse con sus consumidores a través de la relación marca-consumidor, asimismo, se concluye que las características propias de las marcas se relacionan directamente con su público a través de la percepción directa e indirecta, logrando así posicionarse y poder competir legalmente dentro de un mercado.

Ramos (2018) realizó una tesis sobre la infracción del derecho de marcas, la misma que se relaciona con la propiedad industrial a través de la regulación de

INDECOPI, asimismo, se empleó la metodología cuantitativa a través del alcance descriptivo y explicativo, el instrumento utilizado fue la encuesta hacia los profesores y abogados con títulos universitarios de la Universidad Autónoma del Perú dando como resultado que ellos establecen que INDECOPI realiza correctamente sus funciones para proteger la marca de las empresas, asimismo, también determinaron que los únicos responsables de la vulneración del derecho de marca es también INDECOPI, por ello, la tesis acotada ha coadyuvado con la investigación, por lo cual, debe frenar estas vulneraciones al derecho de marca a través del derecho, finalmente, se puede concluir que tanto los titulares del derecho de una marca, como el instituto de INDECOPI deben de trabajar de la mano para realizar un procedimiento eficaz y adecuado hasta que gocen de protección jurídica y no se vean perjudicados por la vulneración de su marca.

Solano (2019) realizó una tesis sobre el registro de la marca y la obtención del licenciamiento como un correcto funcionamiento en el mercado, la misma que guarda relación con la prevención de la competencia desleal, asimismo, se empleó la metodología cuantitativa de alcance explicativo y exegético jurídico, el instrumento utilizado en esta investigación fue la encuesta, dando como resultado que la mayor parte de los establecimientos encuestados en el Distrito de Chilca que brindan un servicio, desconoce la importancia de registrar una marca, utilizan la marca de terceros y en otros casos no tiene registrada su marca por desconocer los procedimientos administrativos, finalmente, se puede concluir que INDECOPI debe de trabajar mucho en la fiscalización de las marcas, ya que el uso indebido puede generar pérdidas económicas, confusión en el mercado y hasta desprestigiar la marca por terceros ajenos a la propiedad vulnerando así la propiedad industrial.

Alvarado y Villegas (2020) realizaron una tesis sobre el valor de la marca y la satisfacción del cliente, la misma que se relaciona con el derecho de propiedad industrial, asimismo, se empleó la metodología cuantitativa de alcance correlacional, el instrumento utilizado en esta tesis es la encuesta realizado a los estudiantes de la ciudad de Cajamarca, lo que determinó que la mayor parte de los encuestados indican que la marca que tiene la universidad donde ellos estudian prevalece de acuerdo con sus comodidades, generando así mayor alcance de satisfacción con la marca, por lo cual, contribuye con el objetivo de la tesis en cuanto es preciso mencionar que el cliente es importante para el pleno desarrollo de la marca ya que el consumidor conceptualiza el valor del producto a través de su experiencia.

Medina (2021) realizó una tesis sobre la gestión de la marca dentro del mercado, la misma que se relaciona con el derecho de marca al generar un buen posicionamiento en la industria mercantil, asimismo, se empleó la metodología cuantitativa con diseño correlacional descriptivo, el instrumento utilizado en esta tesis es la encuesta realizado a los clientes de la empresa de transportes de Lima, dando como resultado que la mayor parte de los clientes que utilizan el transporte Señor de Mar S.A indicaron que la empresa al tener una mejor gestión e identificación de la marca genera un buen posicionamiento en el mercado, por ello, guarda relación con el objetivo en cuando se determina que la calidad percibida por los clientes establece la preferencia por la marca, por ello, genera mayor ganancia económicas dentro de las empresas, al existir un buen posicionamiento y una plena identificación dentro del mercado.

Dentro de las bases teóricas de la investigación se tiene a las fuentes primarias, como, por ejemplo, la teoría pura del derecho planteada por el autor Kelsen (1981) quién se basa en el derecho positivo genérico a través de las preguntas y

respuestas propias de las mismas doctrinas del derecho y no basándose en la teoría del orden jurídico específico.

Por lo mencionado en el párrafo anterior, la teoría que Kelsen brinda, debe estar enfocada en el propio derecho, evitando así, unirse con otras disciplinas, como por ejemplo la biología, psicología, la salud, la ética, etc, así también como con la política jurídica, la cual no es su objeto, guardando relación con la elaboración de la investigación, por cuanto, no se busca realizar una interpretación subjetiva de la normativa, sino apuntar a una identificación del fenómeno investigado desde un punto de visto objetivo.

Así también, se menciona la teoría de los derechos fundamentales postulada por Robert Alexy, esta teoría se fundamenta en lo jurídico y dogmático, por cuanto, se emplea un tratamiento sobre las problemáticas relacionadas a los derechos fundamentales, estando conformada por tres dimensiones, la empírica, normativa y analítica, las cuales se orientan hacia la ciencia del derecho (Alexy, 1997).

Esta teoría guarda relación con la problemática planteada en la investigación, desde un aspecto jurídico, por cuanto, se pretende identificar la afectación al derecho fundamental como la creación intelectual materializada en el derecho de marcas desde las dimensiones planteadas, esto es, la conexión de las tres dimensiones en sincronización con las variables. Así también, desde un aspecto dogmático, por cuanto a través de las doctrinas específicamente relacionada a las variables se logrará orientar el tratamiento de la situación jurídica en concreto postulado por diversos autores en el transcurso de los años.

Por consiguiente, en las bases teóricas de la investigación se tiene a las fuentes secundarias, como, por ejemplo, Burga (1967) refirió que el filósofo Augusto Comte sostuvo en su teoría del paradigma positivista lo siguiente: "Hace, pues, el

Positivismo un llamado imperativo a la realidad ofreciendo un frente opuesto a quienes habían elevado a la especulación empírica, como generadora del fenómeno social” (p.205).

El filósofo Durkheim, quien perfeccionó también el paradigma positivista, sostuvo que, los hechos sociales incluyen en una forma mucho más inmediata y natural respecto a los caracteres de determinada cosa (Durkheim, 1986).

En la teoría tridimensional del derecho postulada por Fernández Sessarego y Miguel Reale indican que la teoría tridimensional del derecho se conforma por la vivencia de los valores regulados especialmente por una determinada normativa, así también, sirvió para una mejor explicación respecto a la naturaleza de las personas jurídicas, concluyendo que es un conjunto de personas organizadas, dentro del cual, cada miembro cumple con un rol como parte de su función, todo dirigidos a una finalidad en común, asimismo, la regla principal son los derechos y deberes que les asiste y corresponde como integrantes del ente jurídico (Fernández, 2011).

Para Reale (1997) la teoría tridimensional del derecho se distingue de las demás teorías por ser dinámico y concreta, siendo sus tres elementos, el hecho, valor y norma, los cuales están en todo momento correlacionados en cualquier situación jurídica, siendo su naturaleza funcional y dialéctica.

Conforme lo postulado por los autores, las situaciones jurídicas no sólo se materializan en aquella interpretación de la norma o desde la adecuación de la norma desde un punto de vista objetivo como lo sostiene la teoría pura del derecho, por ende, esta teoría guarda relación con el objeto de estudio, puesto que la problemática surgida entre las variables deberá ser estudiadas de una forma dinámica conforme a los elementos que postulan la teoría, esto es, el valor, el hecho y la norma.

La teoría del derecho de marcas como derecho real de propiedad Cornejo (2014), afirmó que la teoría del derecho de marcas indica que existe un propietario de la marca, por lo cual, se puede asociar al derecho de propiedad, en cuanto se determina que no existe una diferencia entre ambos, sino una conexión.

Asimismo, según Cornejo (2014) el derecho de propiedad según los atributos conforme a la posición de esta teoría es el derecho al uso, ya que el propietario puede usar su bien mediante la explotación económica; también se menciona el derecho al disfrute, el titular puede disfrutar y usar su marca a través del poder jurídico que se le otorga además se le permite que se excluyan a terceros para su utilización y finalmente su disposición y reivindicación, en cuanto hablar de disposición se puede decir que la marca se puede vender, donar, licenciar, etc y en cuanto a la reivindicación el titular puede disponer toda las medidas para proteger el uso indebido de su marca.

La teoría de la evaluación de las características del derecho de marcas. Cornejo (2014), afirmó lo siguiente: “El derecho de marcas sería un derecho exclusivo por cuanto se trataría de un derecho oponible a todos. Los terceros no pueden utilizar la marca sin autorización del titular” (p.43).

Cornejo (2014) también menciona otras características de la marca como un derecho directo, por cuanto, el titular tiene una relación directa e inmediata con la marca, un derecho absoluto por cuanto su objeto tiene todas las facultades directas sobre la marca y finalmente el derecho de la perpetuidad el cual no debe perderse por la no utilización. Asimismo, es importante reconocer que la titularidad se adquiere por la inscripción y el registro, pero puede ser cancelado por el no uso de la marca o por la caducación del registro de marca en la autoridad competente, por lo tanto, no se efectúa su renovación.

La teoría general de los signos distintivos según el autor Riofrío (2014) dice que: “Parecen aplicar a todo género de signo distintivo cinco principios generales, a saber: (1) de veracidad, (2) el de no confusión, (3) el de unidad, (4) el de buena fe y (5) el de legítima defensa” (p.207).

Para ello, es importante analizar los diferentes principios del autor donde señala que el principio de la veracidad es un instrumento para mostrar y describir la realidad, por lo tanto, si el signo de alguna forma engañara, no sería veraz, el principio de no confusión busca que un signo se diferencie de otro, porque si existe confusión entonces no existe un signo, por ello, es importante tener una fuerza distintiva. Al respecto, Riofrío (2014) sostiene que, el principio de unidad es directa e indirecta, en cuanto la primera se asocia con la identidad del individuo, mientras que la segunda se da luego de identificar al individuo, buscando asociarlo con el signo distintivo.

Para Riofrío (2014) el principio de buena fe tiene como base sustancial obrar de buena fe en el registro de signos distintivos dentro del comercio. También regulan la competencia desleal, en cuanto tiene como principio la lealtad y buena fe en el obrar y el principio de legítima defensa: La defensa es un derecho fundamental que empezó al salvaguardar la vida, sin embargo, con el paso del tiempo se extendió a otras ramas del derecho, pero ahora se cuestiona su límite.

Triangulación teórica

Tabla 3

Propuestas de cada teoría

A. La teoría del derecho de marcas como derecho real de propiedad	La teoría del derecho de marcas como un derecho de propiedad es un mecanismo que plantea identificar al poseedor de una marca que tenga legitimidad para disponer, usar y disfrutar de ello, evitando así que se coaccione a un derecho que goza de
---	---

	<p>protección legal, además de que pueden ser analizados desde el punto de vista social y jurídico.</p>
<p>B. La teoría de la evaluación de las características del derecho de marcas</p>	<p>La teoría cumple una función analítica respecto a las características que tiene una marca para conocer los elementos que lo componen, mediante esta dogmática permite orientar y conocer más del derecho de marcas, porque si se considera la idea de que los justiciables conocen más de las teorías, será mucho más fácil realizar una sentencia firme y legal respecto a la naturaleza jurídica de la marca.</p>
<p>C. La teoría general de los signos distintivos</p>	<p>Es una teoría que tiene como premisa mantener informados los principios generales de los signos distintivos, buscando nuevas formas de incorporarse en el derecho de marcas para evitar atentados contra este derecho, a su vez sirven para identificar un producto o un servicio en el mercado con la finalidad de potenciar el desarrollo de la actividad económica.</p>

Tabla 4

Análisis de coincidencia con el objetivo de las teorías

<p>A. La teoría del derecho de marcas como derecho real de propiedad</p>	<p>Coincide con la teoría del derecho de marcas porque se emplea la figura del derecho de propiedad, mientras que la teoría de las características del derecho de marcas analiza y plantea los elementos exclusivos que debe tener la marca para gozar de protección. Otra coincidencia importante con el derecho de los signos distintivos de la marca, es que</p>
--	---

conjuntamente permite una correcta identificación e individualización de la marca, para así evitar los actos de competencia desleal en la propiedad industrial.

B. La teoría de la evaluación de las características del derecho de marcas

Es importante conocer las características de la marca, que tiene relación con la teoría del derecho de marcas como derecho real de propiedad y derecho industrial, por lo cual, ofrecen a las empresas mecanismos legales de defensa frente a las infracciones que se detecten a tales derechos, por parte de terceros, también mencionar que la teoría de los signos distintivos permite determinar las mejores vías para poder proteger una marca en específico, evitando así la competencia desleal.

C. La teoría general de los signos distintivos

Tiene como principal objetivo respaldar a la teoría de las características de la marca mediante los signos distintivos, que busca diferenciar a un producto o servicio frente al público, por lo cual, ambas teorías se complementan a través de la propiedad industrial evitando actos de competencia desleal, asimismo, la teoría del derecho de marcas como derecho real de propiedad tiene como finalidad identificar al propietario para atribuirle al titular todas las facultades sobre el bien de la marca.

Tabla 5*Análisis de contradicciones*

La teoría del derecho de marcas como derecho real de propiedad	La teoría mencionada a pesar de ser fundamental para el derecho de propiedad, es diferente a la teoría de la evaluación de las características de la marca, puesto que uno se propone a estudiar a la marca como propiedad, la otra se encarga de señalar y evaluar las características que componen la marca. La teoría general de los signos distintivos busca proteger los elementos que compone la marca
La teoría de la evaluación de las características del derecho de marcas	Se encarga de establecer cuatro supuestos en los cuales deben contemplarse para ser denominadas marcas, a diferencia de la marca como derecho de propiedad que busca establecer que no existe diferencia entre el derecho de marcas con el derecho de propiedad, razón por la cual, se puede expresar que hay un propietario de la marca. La teoría general de los signos distintivos, es inicialmente una teoría que impulsa a proteger a los signos de una forma más específica dentro de las características de la marca, lo que se diferencia en la naturaleza jurídica y doctrinaria.
La teoría general de los signos distintivos	Trata de buscar los diversos mecanismos para proteger a la marca de una manera particular como son la teoría de los signos distintivos y así brindar una mejor protección a la marca, lo cual, tiene mucha relación con las características del derecho de marcas, solo que uno se centra de manera específica y el otro es general. En cambio, la teoría del derecho de marcas como derecho real de

propiedad, solo busca identificar al propietario de una marca para que este pueda ejercer todos los frutos que se le otorga como titular.

Análisis de conclusión

Respecto a las tres teorías empleadas, se busca adquirir una conclusión idónea para obtener los resultados previstos, debido a que se complementan entre sí de manera proporcional. La teoría del derecho de marcas como derecho real de propiedad se relaciona con la propiedad industrial, la misma que se empleó como variable, lo cual, permite obtener una marca propia respaldada por el derecho de propiedad y mediante la teoría de la evaluación de las características del derecho de marcas permite identificar la peculiaridad que deben de tener un producto o cosa para ser llamadas marcas, pues en la actualidad es necesario conocer del derecho de marcas para evitar que incurran actos de competencia desleal. Asimismo, la última teoría utilizada para orientar la tesis se centra de manera más específica en los signos distintivos que se encuentran dentro de la marca y se engloba dentro de la propiedad industrial.

Para la definición conceptual de la terminología empleada es importante empezar principalmente por la marca, ante ello, manifiesta Cornejo (2014), debe ser transparente en el mercado, porque permite a su titular individualizar ante los diferentes productos que se ofrecen en el mercado, por lo cual, permite asegurar a su clientela y diferenciar sus productos o servicios de sus competidores.

Las marcas figurativas para Cornejo (2014), están conformadas por figuras o dibujos, basándose como primordiales los gráficos, como los logotipos, emblemas,

etc. La marca a través de estos símbolos es comprendida y retenida por los habitantes, además de no tener barreras del idioma al ser elementos gráficos.

Los signos distintivos para Cornejo (2014), deben ser aptos para poder distinguir por sí mismo según su origen empresarial, no sus características o destino, por lo cual, es un signo relacionado con los productos o servicios destinados a identificar en el mercado.

Respecto a la confusión en el mercado, para Cornejo (2014), se dará la confusión en el mercado en cuanto los signos sean similares o tengan alguna vinculación de competencia entre los productos o servicios, lo cual, resulte confuso distinguir entre ambos.

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA

2.1 Tipo y diseño de investigación

Investigación pura o básica como indica el autor Ramírez (2016) “Se caracteriza por su carácter abstracto y la elaboración de formulaciones hipotéticas que dan una explicación a un conjunto de fenómenos y persigue el desarrollo de una teoría basada en principios y leyes” (p.173).

Es relevante precisar que, el tipo de investigación básica que se ha elegido servirá de base teórica para otros trabajos de investigación que desarrollen la variable consistente en la propiedad industrial y la competencia desleal, los cuales sumarán un aporte en la doctrina, debido a su escaso o poco desarrollo en la normativa.

La investigación pura coordina el método científico de análisis y el razonamiento deductivo e inductivo a través de sus fases, por lo cual, permite estudiar el problema para buscar el conocimiento por sí mismo, sin su aplicación inmediata, por lo cual, es un proceso formal y sistemático (Ramírez, 2016).

Carrasco (2015) Es una investigación básica, por lo cual, el trabajo de investigación es de enfoque cuantitativo, lo cual, busca obtener un análisis a través del conocimiento científico en la realidad, su objeto es las teorías, las mismas que se complementan y se perfeccionan.

Diseño de investigación

Ramírez (2016) indica que la investigación no experimental, conocida también como investigación ex post facto, se da cuando ya ocurrieron los hechos o son intrínsecamente manipulables, por lo cual, se puede decir que son estudios donde no existen manipulación de variables.

Carrasco (2015) menciona que los diseños no experimentales analizan y estudian los hechos y fenómenos de la realidad después de su ocurrencia, también

se puede decir, que son aquellas variables independientes que carecen de manipulación intencional, no poseen grupo de control ni son experimentales.

Carrasco (2015) Los diseños no experimentales están conformados por los diseños transeccionales conformadas por los diseños descriptivos, explicativos, causales y correlaciones, y los diseños longitudinales divididos en evolución de grupo y de panel.

El trabajo de investigación tiene un enfoque cuantitativo, por cuanto persigue obtener mediante el uso de las estadísticas el impacto entre las variables objeto de estudio.

2.2 Población, muestra y muestreo

Población

Bernal (2010) menciona que el interés primordial de la investigación de la población es identificar quienes, y qué características deben tener los objetos de estudio, como, por ejemplo, personas, organizaciones, situaciones y factores.

Ramírez (2016) menciona que la población es un conjunto de elementos de un fenómeno o conjuntos de individuos a observar y medir por una característica, que es derivando así a la muestra, que es el subconjunto seleccionado de una población.

Carrasco (2015) acota que a población es una unidad de análisis, que pertenecen al ámbito espacial donde se desarrolla el trabajo de investigación.

En la investigación se enfocó la población en el distrito de Mala perteneciente a la Provincia de Cañete en el año 2022, puesto que es uno de los distritos en donde se realiza con mayor frecuencia actividades empresariales dedicados al servicio de transporte interprovincial, los cuales utilizan un determinado signo distintivo para su identificación. Por ello, la población será de 1,500 usuarios del servicio de transporte interprovincial del distrito de Mala de la Provincia de Cañete. Siendo estos

precisamente hombres y mujeres que hayan utilizado el referido servicio de transporte, lo cual es objeto de estudio.

Muestra

Carrasco (2015) manifiesta que la muestra es un fragmento que representa a la población, por lo cual, los resultados obtenidos en la muestra están conformados por los elementos de la población a través de las características objetivas.

Ramírez (2016) menciona que la muestra debe señalar si es intencionada, de criterio o si es aleatoria, también el nivel de su significación de la muestra extraído en la población para obtener resultados confiables y aplicables a través de un subconjunto de la población debido a que los estudios de toda una población son casi imposibles.

Bernal (2010) establece que la muestra es la parte de la selección poblacional que buscará obtener información para obtener el desarrollo de estudio, la medición, y observación de la variable.

De lo citado, se puede entender que la muestra representará a una parte de la población, además se considera que no se podrá trabajar con la totalidad de habitantes, puesto que se requiere de un mayor tiempo, recursos, entre otros, lo cual no puede ser factible para el investigador. Por ello, se encuestaron 350 personas, las mismas que pueden ser hombres o mujeres que hayan usado el servicio de transporte interprovincial como parte del trabajo de investigación.

Muestreo

Ramírez (2016) indica que es un procedimiento de muestreo empleado para obtener muestras de una población a través del marco muestral que representa a la población, finalmente procede a la elección del diseño de la muestra.

Ramírez (2016) menciona que el muestreo no puede ser estudiar a una población grande, además no es necesario estudiar a todos los elementos de la población, por lo cual, el muestreo implica una incertidumbre que se acepta en la investigación.

Bernal (2010) menciona que el método de muestreo dependerá del diseño y tipo de investigación, también de la hipótesis, y del tamaño de la muestra definidos para el desarrollo del estudio.

El muestreo del trabajo de investigación fue probabilístico, por cuanto cada elemento de la población tuvo la misma probabilidad de ser seleccionado, lo cual, ocurrió de manera aleatoria.

2.3 Hipótesis

Ramírez (2016) menciona que el instrumento más poderoso que tiene la ciencia para investigar y explicar los fenómenos es la hipótesis, por lo cual, es un enunciado teórico no verificado referente a la solución de un problema en relación de las variables y categorías, es la llave maestra para encontrar la verdad.

Ramírez (2016) La hipótesis de una investigación será confirmada mediante un proceso de aporte de evidencia o pruebas ya sea mediante la contrastación o demostración ya que busca resolver de manera anticipada un problema mediante una afirmación conjetural.

Ramírez (2016) menciona que la hipótesis puede surgir, aunque no exista un marco teórico abundante, pero sirve para un proceso de investigación generales o precisas, además de involucrar dos o más variables sujetas a comprobación empírica y comprobación de la realidad. Cuando están expresadas en términos operacionales se determina los datos que deben recopilar y los análisis aplicables en dichos datos.

Hipótesis General

La Propiedad industrial se ve afectada con actos de Competencia Desleal en el distrito de Mala 2022.

Hipótesis General

Ha. La Propiedad industrial si se ve afectada con actos de Competencia Desleal en el distrito de Mala 2022.

Ho. La Propiedad industrial no se ve afectada con actos de Competencia Desleal en el distrito de Mala 2022.

Hipótesis Específica 1

Ha. La falta de protección de los signos distintivos referentes a la propiedad industrial si influyen en la confusión en el mercado al momento de elegir un servicio.

Ho. La falta de protección de los signos distintivos referentes a la propiedad industrial no influye en la confusión del mercado al momento de elegir un servicio.

Hipótesis Específica 2

Ha. El diseño industrial de las empresas si previene las pérdidas económicas a razón de las causas de la competencia desleal.

Ho. El diseño industrial de las empresas no previene las pérdidas económicas a razón de las causas de la competencia desleal.

2.4. Variables y operacionalización

La operacionalización de la variable según Carrasco (2015) señala que el problema de investigación es un proceso metodológico donde se inicia de lo más general a lo más específico para así descubrir el problema de investigación.

Según Bernal (2010) indica que los conceptos hipotéticos se realizan en las unidades de medición por lo que significa entender las variables e indicadores.

Según Ramírez (2016) señala que la metodología empleada como la recolección de datos debe estar vinculada y compatible con los objetivos de investigación.

Variables

V. 1.- La propiedad industrial: Protege y regula los derechos sobre creaciones inmateriales o materiales que guardan relación con los mercados otorgando a una persona natural o jurídica un derecho único.

V.2.- La competencia desleal: Son acciones de mala fe, que afectan el correcto funcionamiento del mercado afectando a los consumidores y a las empresas en el desarrollo de sus actividades.

Operacionalización

Tabla 6

Operacionalización de la variable 1

Dimensiones	Indicadores	Ítem	Escala de medición
Diseño Industrial	Aspectos estéticos de producto	Del 1 al 5	1. Completamente de acuerdo
			2. De acuerdo
Signos Figurativos	Palabras Letras Números		3. Neutral
			4. Desacuerdo
Signos Distintivos	Símbolos Figuras Elementos gráficos		5. Completamente desacuerdo

Tabla 7*Operacionalización de la variable 2*

Dimensiones	Indicadores	Ítem	Escala de medición
Confusión en el mercado	Dificultad para identificar		1. Completamente de acuerdo 2. De acuerdo 3. Neutral
	Dificultad para diferenciar	Del 1 al 5	4. Desacuerdo 5. Completamente desacuerdo
Pérdidas económicas	Reducción de ingresos		
	Irretornabilidad de la inversión		
Aprovechamiento indebido	Imitación		
	Inducción a error		
	Afectación al prestigio y popularidad.		

2.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

Técnicas de investigación

Carrasco (2015) señala que las técnicas de investigación buscan orientar al investigador en cada una de las etapas, a través de un conjunto de pautas y reglas que forman parte de la investigación científica.

La técnica de investigación que se empleó fue la encuesta, la cual pasó por un proceso de validación a efectos de obtener resultados confiables sobre el tema investigado.

Instrumentos de investigación

Carrasco (2015) señala que el instrumento a través del cual se obtiene la información sirve para medir u observar, así como también para la recolección de datos dentro de un proceso de investigación.

El instrumento de investigación es la encuesta, la misma que contiene respuestas de carácter politómicas, asimismo, estas preguntas fueron debidamente supervisadas y examinadas por expertos mediante un proceso de validación.

Validez

Carrasco (2015) señala que a través de la validez de una investigación y la medición de las variables de estudio se podrá medir con precisión, veracidad, objetividad y autenticación.

Bernal (2010) indica que a través de los resultados obtenidos podrá concluirse la validez.

En el instrumento de investigación se formuló 15 preguntas midiendo ambas variables, que fueron revisadas a través de juicios de expertos, los cuales tuvieron que emitir una opinión de aplicabilidad y precisar si la pregunta formulada es pertinente, relevante, clara y si la misma tiene suficiencia, asimismo, es importante precisar que, las preguntas antes mencionadas pasaron por un proceso de validación a través de seis expertos, quienes concordaron en que las mismas cumplen el estándar exigido para ser ejecutadas en la muestra correspondiente.

Confiabilidad

Carrasco (2015) señala que la propiedad del instrumento de medición, permitirá obtener resultados confiables ya que son aplicados en periodos de tiempo distintos y sobre todo puede ser realizados a una o más veces a la misma persona.

Bernal (2010) señala que se debe examinar en diferentes ocasiones el cuestionario para así encontrar la consistencia de las puntuaciones que se han obtenido por las personas.

La confiabilidad se obtuvo a través del alfa de Cronbach, el cual contribuyó a verificar respecto a la fiabilidad que podría incidir entre los ítems, los cuales representan a las preguntas formuladas, midiendo las variables y su relación con las dimensiones.

Análisis de fiabilidad de las variables

Tabla 8

Fiabilidad de la variable 1

Estadística de fiabilidad		
Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
0,804	0,804	8

Tabla 9

Fiabilidad de la variable 2

Estadística de fiabilidad		
Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
0,807	0,804	7

2.6. Procedimientos

Bernal (2010) señala que los datos obtenidos de una población específica son sujetos de estudio por lo cual, tiene como objetivo primordial obtener los resultados a través del procesamiento.

Ramírez (2016) señala que el desarrollo de la investigación forma parte de un recuento de orden y clasificación de información a través de cuadros o tablas con el fin de poder tabular y codificar una investigación.

El instrumento de investigación luego de ser aprobado mediante un proceso de validación por seis expertos se ejecutó en una muestra de 350 personas estratificada en una población, los cuales al ser finalizados se realizó el proceso de tabulación, lo cual implica consignar los resultados de cada encuesta en un archivo del programa Microsoft Excel. Posterior a ello, se trasladó la data correspondiente a los resultados obtenidos, al programa IBM SPSS con el cual se obtuvo el análisis de confiabilidad a través del alfa de Cronbach y los gráficos de barras, así como las tablas los cuales representan de manera grafica los resultados a través de las estadísticas.

2.7. Análisis de datos

Ramírez (2016) señala que el análisis de datos se obtiene mediante la interpretación de los resultados de la investigación, aquí el investigador plantea las variables estudiadas para extraer conclusiones y recomendaciones.

Ramírez (2016) señala que los datos deben ser simplificados para una correcta interpretación en las variables de estudio, por lo cual, permitirá ordenar, manipular y resumir los datos.

El software utilizado para medir la correlación entre las variables fue el programa IBM SPSS mediante el cual, se aplicó el Rho de Spearman, a efectos de verificar el grado de relación que existe a través del valor obtenido, lo cual, contribuye a constatar si es la hipótesis alternativa o nula la que se rechaza o se acepta, conforme corresponda.

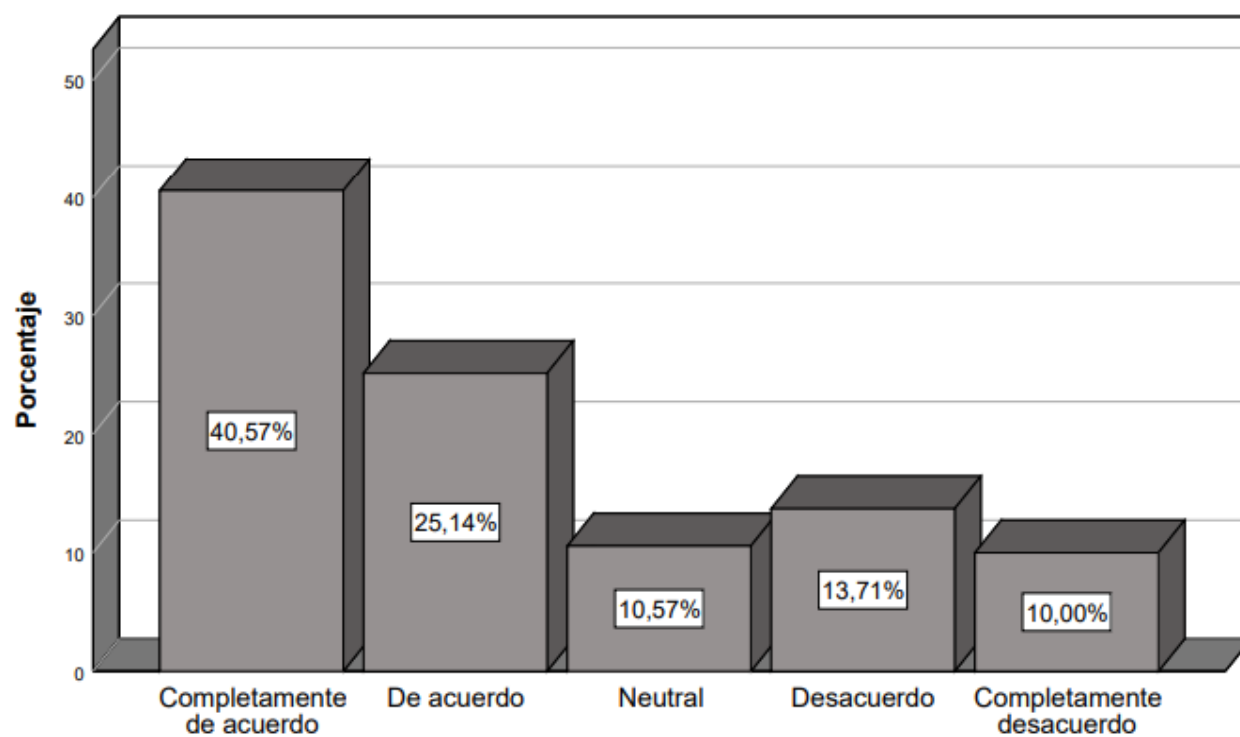
2.8. Aspectos éticos

Para elaborar la investigación, la investigadora siguió los lineamientos y exigencias establecidas en el Reglamento de Grados y Títulos, la Guía de investigación vigente y de manera formal a las normas APA séptima edición.

CAPÍTULO III
RESULTADOS

Tabla 10*Resultado de, si el diseño industrial influye en el éxito comercial*

	N	%
Completamente de acuerdo	142	40,57
De acuerdo	88	25,14
Neutral	37	10,37
Desacuerdo	48	13,71
Completamente desacuerdo	35	10,00
Total	350	100,00

Figura 1*Resultado de, si el diseño industrial influye en el éxito comercial*

Interpretación

Conforme a los resultados obtenidos, las estadísticas demuestran que, el 40,57% está completamente de acuerdo, el 25,14%, mientras que el 10,57% expresa una neutralidad, asimismo, el 13,71% manifestó estar en desacuerdo, en tanto que el 10,00% está completamente en desacuerdo.

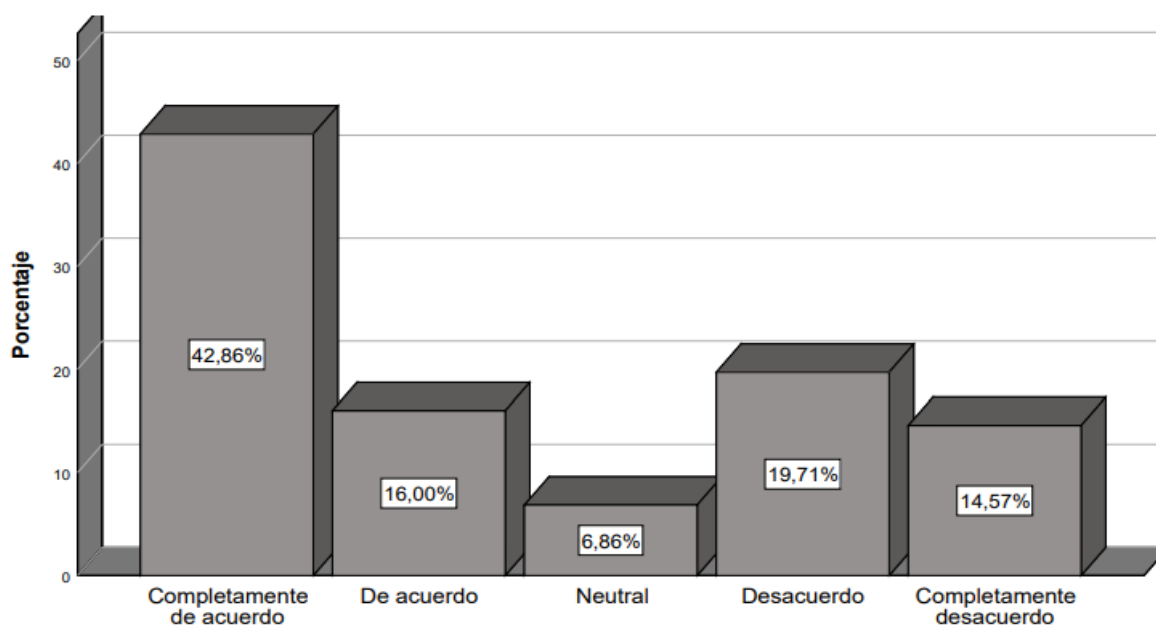
Tabla 11

Resultado de, si el objeto social influye en el diseño industrial

	N	%
Completamente de acuerdo	150	42,86
De acuerdo	56	16,00
Neutral	24	6,86
Desacuerdo	69	19,71
Completamente desacuerdo	51	14,57
Total	350	100,00

Figura 2

Resultado de, si el objeto social influye en el diseño industrial



Interpretación

Conforme a los resultados obtenidos, las estadísticas demuestran que, el 42,86% está completamente de acuerdo, el 16,00%, mientras que el 6,86% expresa una neutralidad, asimismo, el 19,71% manifestó estar en desacuerdo, en tanto que el 14,57% está completamente en desacuerdo.

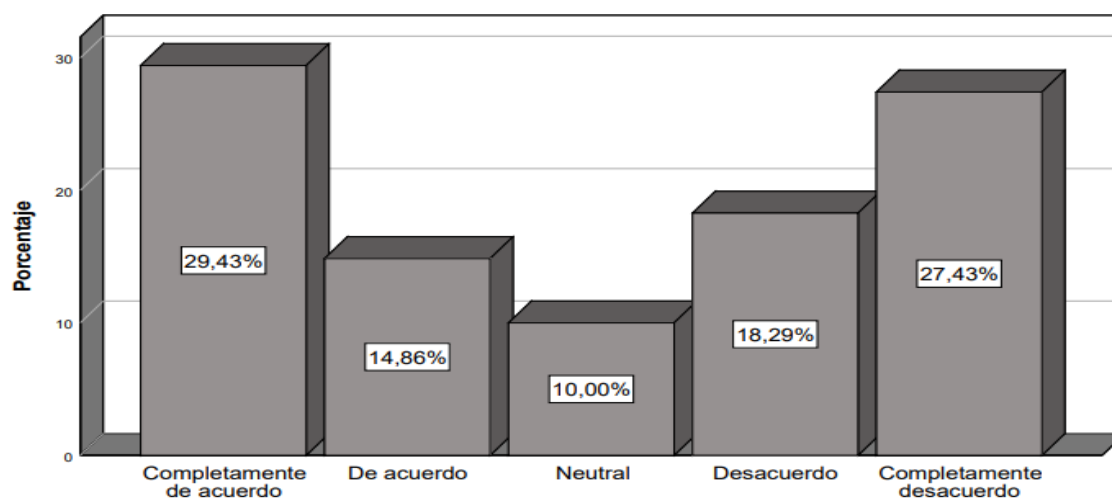
Tabla 12

Resultado de, si las palabras como parte de los signos figurativos son importantes al momento de seleccionar un servicio

	N	%
Completamente de acuerdo	103	29,43
De acuerdo	52	14,86
Neutral	35	10,00
Desacuerdo	64	18,29
Completamente desacuerdo	96	27,43
Total	350	100,00

Figura 3

Resultado de, si las palabras como parte de los signos figurativos son importantes al momento de seleccionar un servicio



Interpretación

Conforme a los resultados obtenidos, las estadísticas demuestran que, el 29,43 % está completamente de acuerdo, el 14,86%, mientras que el 10,00% expresa una neutralidad, asimismo, el 18,29 % manifestó estar en desacuerdo, en tanto que el 27,43% está completamente en desacuerdo.

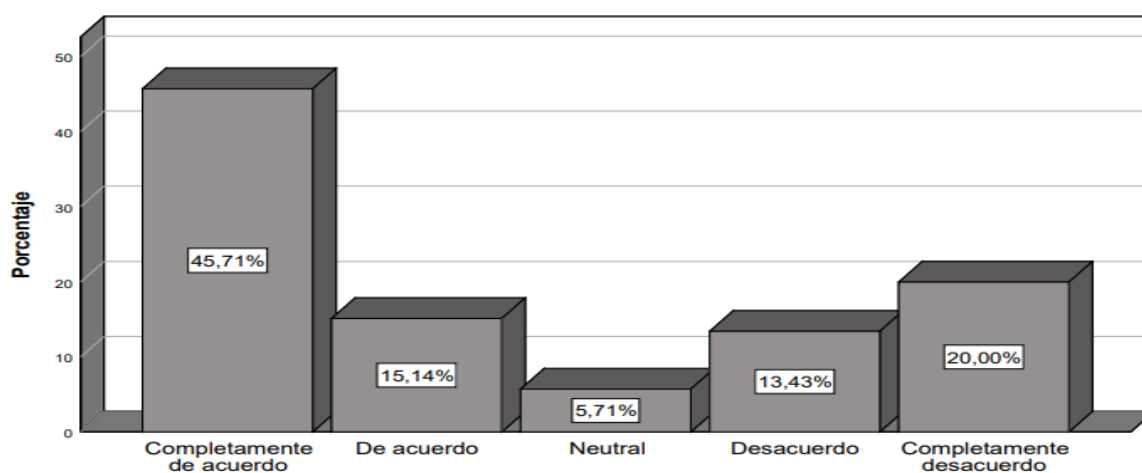
Tabla 13

Resultado de, si los signos figurativos influyen en la identificación de un servicio por medio de la utilización de las letras

	N	%
Completamente de acuerdo	160	45,71
De acuerdo	53	15,14
Neutral	20	5,71
Desacuerdo	47	13,43
Completamente desacuerdo	70	20,00
Total	350	100,00

Figura 4

Resultado de, si los signos figurativos influyen en la identificación de un servicio por medio de la utilización de las letras



Interpretación

Conforme a los resultados obtenidos, las estadísticas demuestran que, el 45,71 % está completamente de acuerdo, el 15,14%, mientras que el 5,71% expresa una neutralidad, asimismo, el 13,43 % manifestó estar en desacuerdo, en tanto que el 20,00% está completamente en desacuerdo.

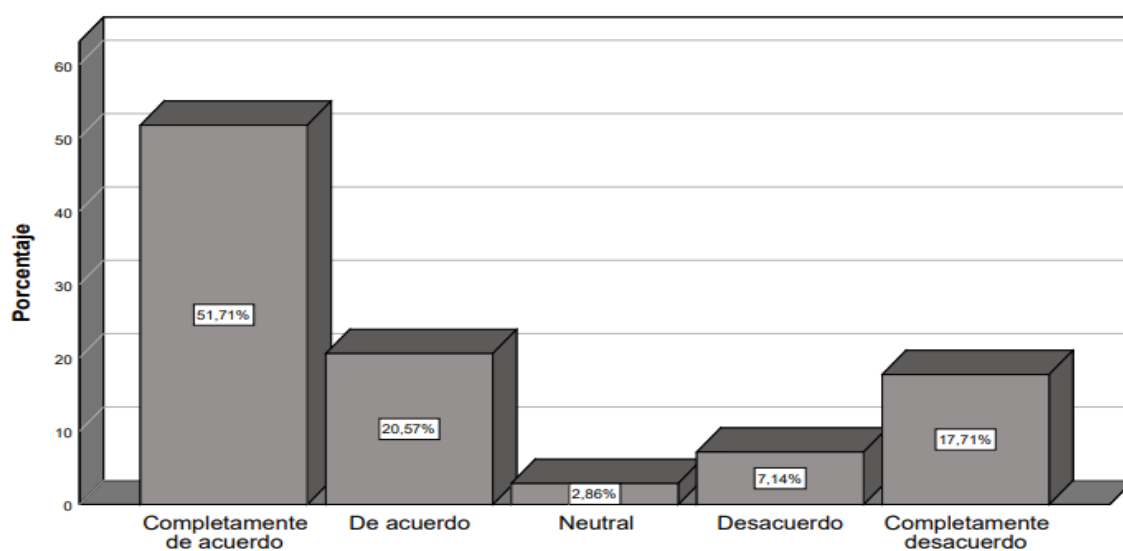
Tabla 14

Resultados de, si los números forman parte de los signos figurativos para describir una marca

	N	%
Completamente de acuerdo	181	51,71
De acuerdo	72	20,57
Neutral	10	2,86
Desacuerdo	25	7,14
Completamente desacuerdo	62	17,71
Total	350	100,00

Figura 5

Resultados de, si los números forman parte de los signos figurativos para describir una marca



Interpretación

Conforme a los resultados obtenidos, las estadísticas demuestran que, el 51,71 % está completamente de acuerdo, el 20,57%, mientras que el 2,86% expresa una neutralidad, asimismo, el 7,14 % manifestó estar en desacuerdo, en tanto que el 17,71% está completamente en desacuerdo.

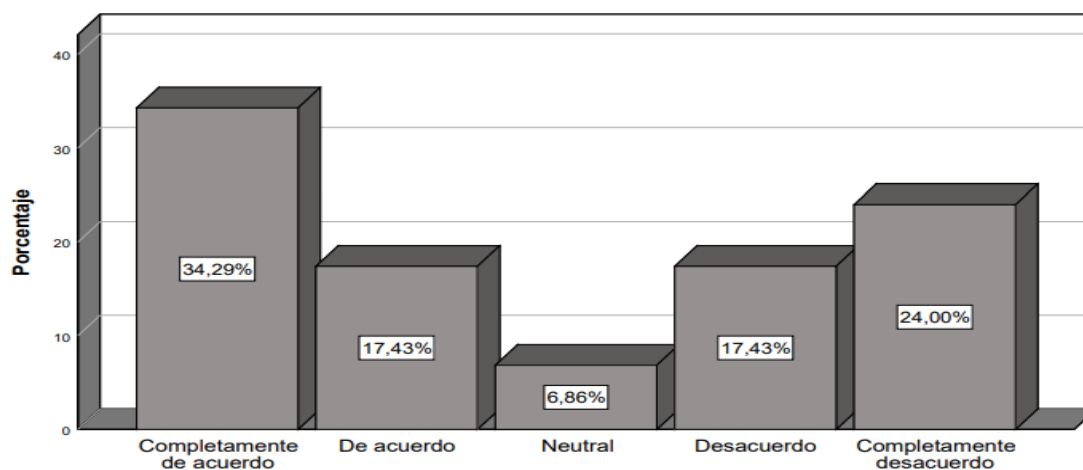
Tabla 15

Resultados de, si es importante resguardar los signos distintivos para prever que otras empresas afecten copiando sus símbolos de identificación

	N	%
Completamente de acuerdo	120	34,29
De acuerdo	61	17,43
Neutral	24	6,86
Desacuerdo	61	17,43
Completamente desacuerdo	84	24,00
Total	350	100,00

Figura 6

Resultados de, si es importante resguardar los signos distintivos para prever que otras empresas afecten copiando sus símbolos de identificación



Interpretación

Conforme a los resultados obtenidos, las estadísticas demuestran que, el 34,29 % está completamente de acuerdo, el 17,43%, mientras que el 6,86% expresa una neutralidad, asimismo, el 17,43 % manifestó estar en desacuerdo, en tanto que el 24,00% está completamente en desacuerdo.

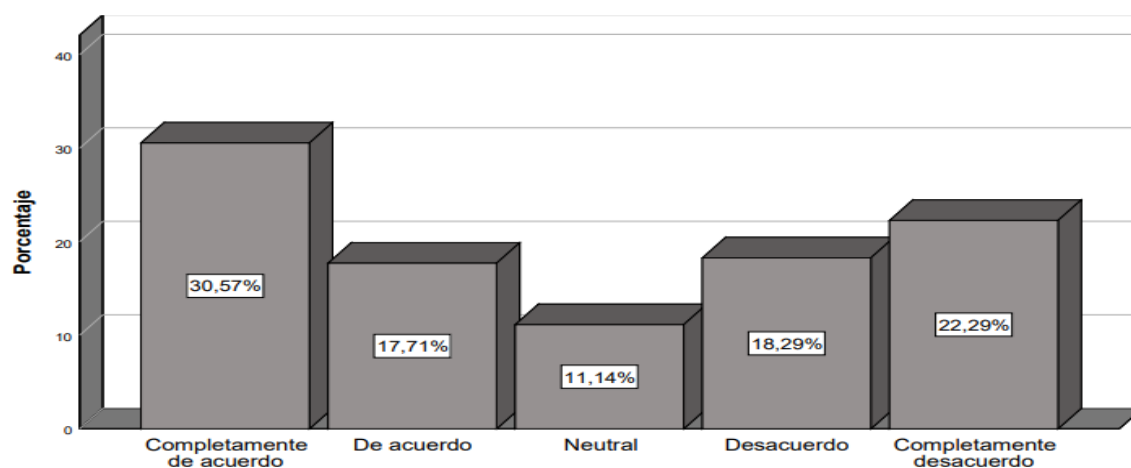
Tabla 16

Resultados de, si las figuras provocan una respuesta positiva en los clientes a causa de que tienen signos distintivos exclusivos al momento de elegir un servicio

	N	%
Completamente de acuerdo	107	30,57
De acuerdo	62	17,71
Neutral	39	11,14
Desacuerdo	64	18,29
Completamente desacuerdo	78	22,29
Total	350	100,00

Figura 7

Resultados de, si las figuras provocan una respuesta positiva en los clientes a causa de que tienen signos distintivos exclusivos al momento de elegir un servicio



Interpretación

Conforme a los resultados obtenidos, las estadísticas demuestran que, el 30,57 % está completamente de acuerdo, el 17,71%, mientras que el 11,14% expresa una neutralidad, asimismo, el 18,29 % manifestó estar en desacuerdo, en tanto que el 22,29% está completamente en desacuerdo.

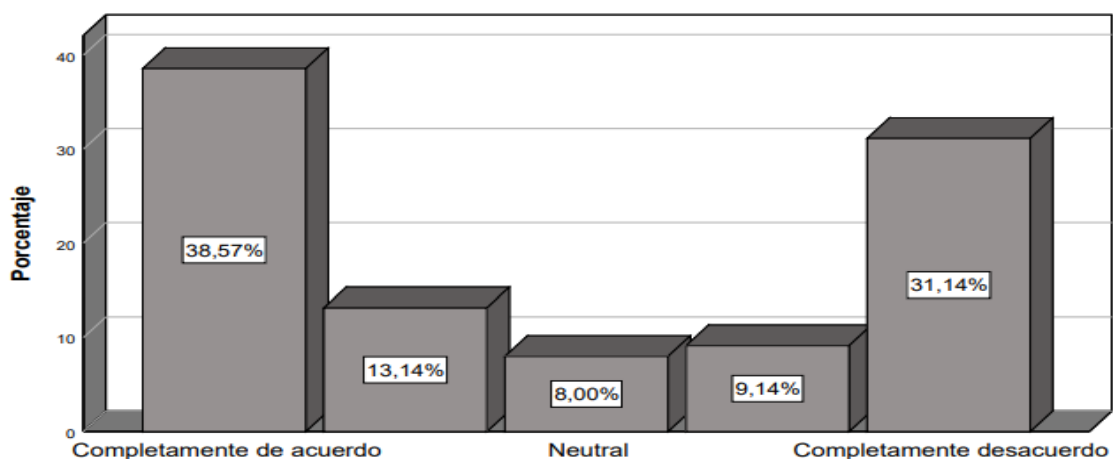
Tabla 17

Resultados de, si la incorporación de los elementos gráficos como parte de los signos distintivos generan identidad propia dentro de una empresa

	N	%
Completamente de acuerdo	135	38,57
De acuerdo	46	13,14
Neutral	28	8,00
Desacuerdo	32	9,14
Completamente desacuerdo	109	31,14
Total	350	100,00

Figura 8

Resultados de, si la incorporación de los elementos gráficos como parte de los signos distintivos generan identidad propia dentro de una empresa



Interpretación

Conforme a los resultados obtenidos, las estadísticas demuestran que, el 38,57 % está completamente de acuerdo, el 13,14%, mientras que el 8,00% expresa una neutralidad, asimismo, el 9,14 % manifestó estar en desacuerdo, en tanto que el 31,14% está completamente en desacuerdo.

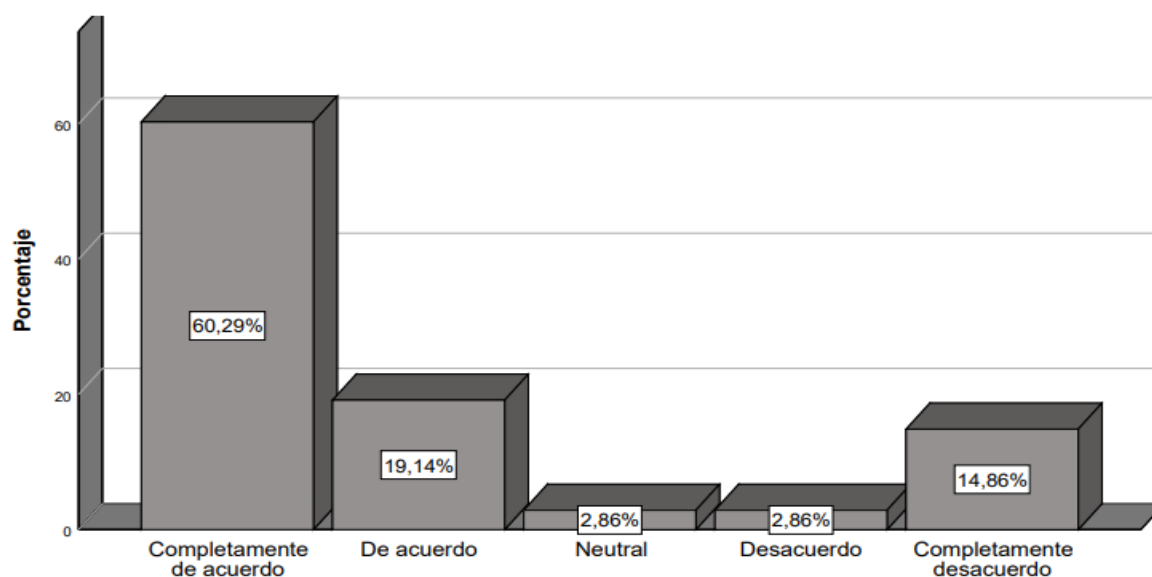
Tabla 18

Resultados de, si una de las causas de la competencia desleal respecto a los signos distintivos puede generar dificultad para identificar un servicio de elección del consumidor

	N	%
Completamente de acuerdo	211	60,29
De acuerdo	67	19,14
Neutral	10	2,86
Desacuerdo	10	2,86
Completamente desacuerdo	52	14,86
Total	350	100,00

Figura 9

Resultados de, si una de las causas de la competencia desleal respecto a los signos distintivos puede generar dificultad para identificar un servicio de elección del consumidor



Interpretación

Conforme a los resultados obtenidos, las estadísticas demuestran que, el 60,29 % está completamente de acuerdo, el 19,14%, mientras que el 2,86 % expresa una neutralidad, asimismo, el 2,86 % manifestó estar en desacuerdo, en tanto que el 14,86 % está completamente en desacuerdo.

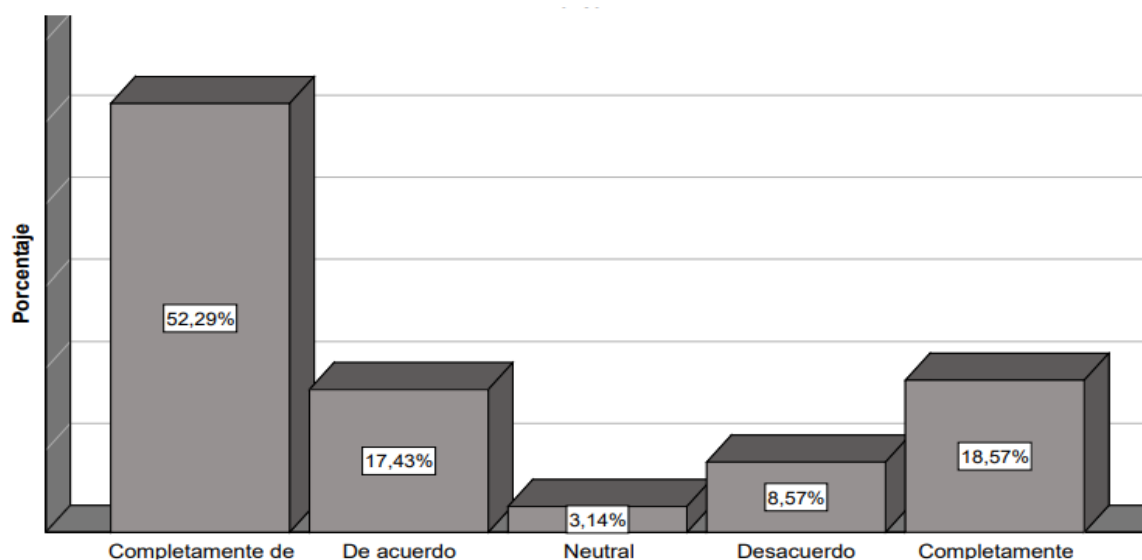
Tabla 19

Resultados de, si una de las causas de confusión en el mercado sea la dificultad para identificar una marca

	N	%
Completamente de acuerdo	183	52,29
De acuerdo	61	17,43
Neutral	11	3,14
Desacuerdo	30	8,57
Completamente desacuerdo	65	18,57
Total	350	100,00

Figura 10

Resultados de, si una de las causas de confusión en el mercado sea la dificultad para identificar una marca



Interpretación

Conforme a los resultados obtenidos, las estadísticas demuestran que, el 52,29 % está completamente de acuerdo, el 17,43%, mientras que el 3,14 % expresa una neutralidad, asimismo, el 8,57 % manifestó estar en desacuerdo, en tanto que el 18,57 % está completamente en desacuerdo.

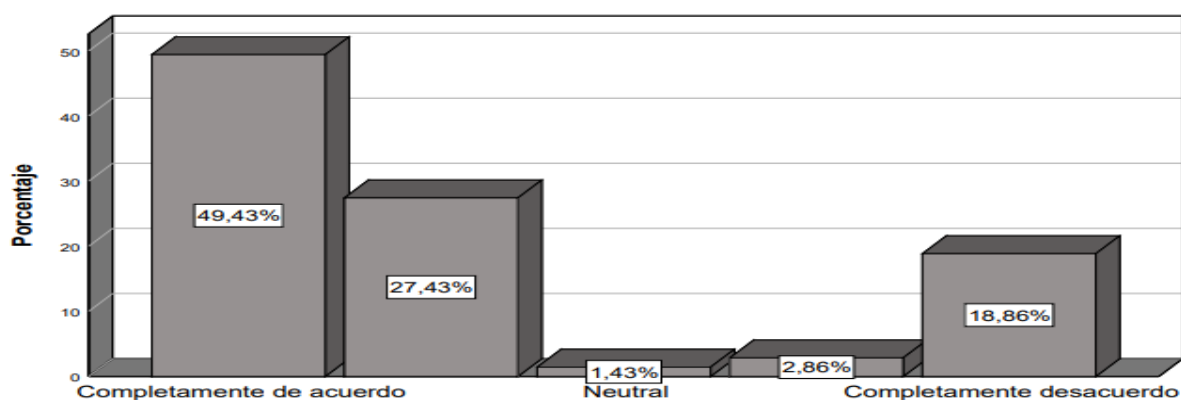
Tabla 20

Resultados de, si una de las consecuencias de la competencia desleal puede generar pérdidas económicas dentro de las empresas debido a la falta de protección de los signos distintivos

	N	%
Completamente de acuerdo	173	49,43
De acuerdo	96	27,43
Neutral	5	1,43
Desacuerdo	10	2,86
Completamente desacuerdo	66	18,86
Total	350	100,00

Figura 11

Resultados de, si una de las consecuencias de la competencia desleal puede generar pérdidas económicas dentro de las empresas debido a la falta de protección de los signos distintivos



Interpretación

Conforme a los resultados obtenidos, las estadísticas demuestran que, el 49,43 % está completamente de acuerdo, el 27,43%, mientras que el 1,43 % expresa una neutralidad, asimismo, el 2,86 % manifestó estar en desacuerdo, en tanto que el 18,86 % está completamente en desacuerdo.

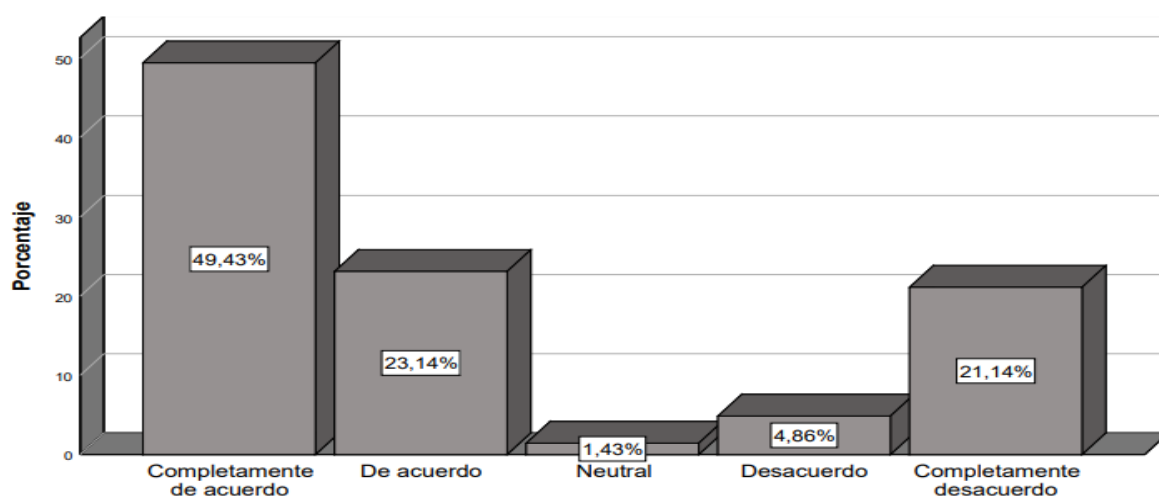
Tabla 21

Resultados de, si la irretornabilidad de la inversión puede prevenirse si la propiedad industrial preserva su identificación con sus consumidores evitando que se vea afectado por actos de competencia desleal

	N	%
Completamente de acuerdo	173	49,43
De acuerdo	81	23,14
Neutral	5	1,43
Desacuerdo	17	4,86
Completamente desacuerdo	74	21,14
Total	350	100,00

Figura 12

Resultados de, si la irretornabilidad de la inversión puede prevenirse si la propiedad industrial preserva su identificación con sus consumidores evitando que se vea afectado por actos de competencia desleal



Interpretación

Conforme a los resultados obtenidos, las estadísticas demuestran que, el 49,43 % está completamente de acuerdo, el 23,14%, mientras que el 1,43 % expresa una neutralidad, asimismo, el 4,86 % manifestó estar en desacuerdo, en tanto que el 21,14 % está completamente en desacuerdo.

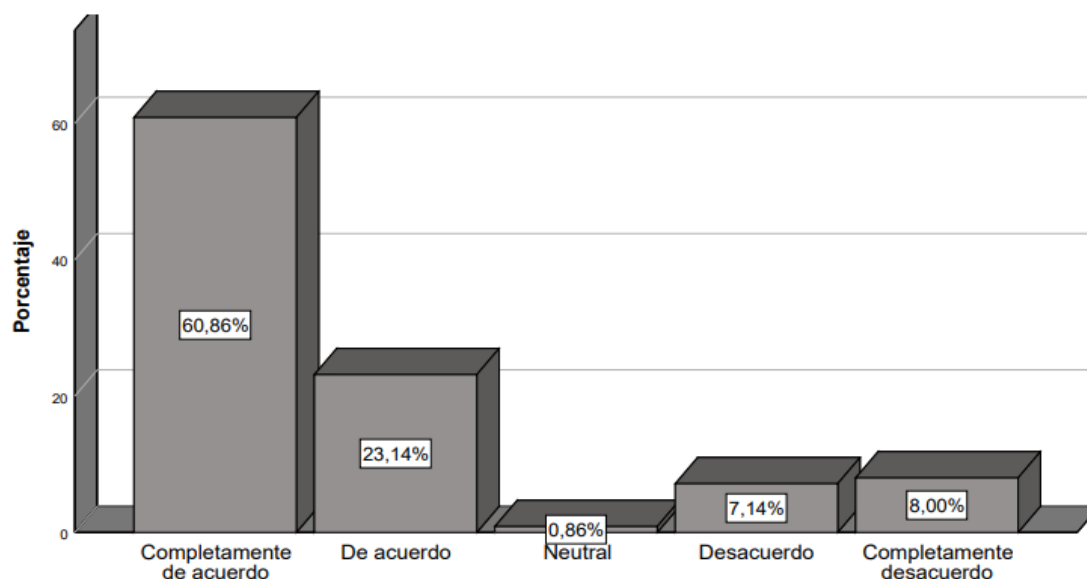
Tabla 22

Resultados de, si la imitación de un signo distintivo busca vulnerar los derechos de la propiedad industrial y la competencia

	N	%
Completamente de acuerdo	213	60,86
De acuerdo	81	23,14
Neutral	3	0,86
Desacuerdo	25	7,14
Completamente desacuerdo	28	8,00
Total	350	100,00

Figura 13

Resultados de, si la imitación de un signo distintivo busca vulnerar los derechos de la propiedad industrial y la competencia



Interpretación

Conforme a los resultados obtenidos, las estadísticas demuestran que, el 60,86 % está completamente de acuerdo, el 23,14%, mientras que el 0,86 % expresa una neutralidad, asimismo, el 7,14 % manifestó estar en desacuerdo, en tanto que el 8,00 % está completamente en desacuerdo.

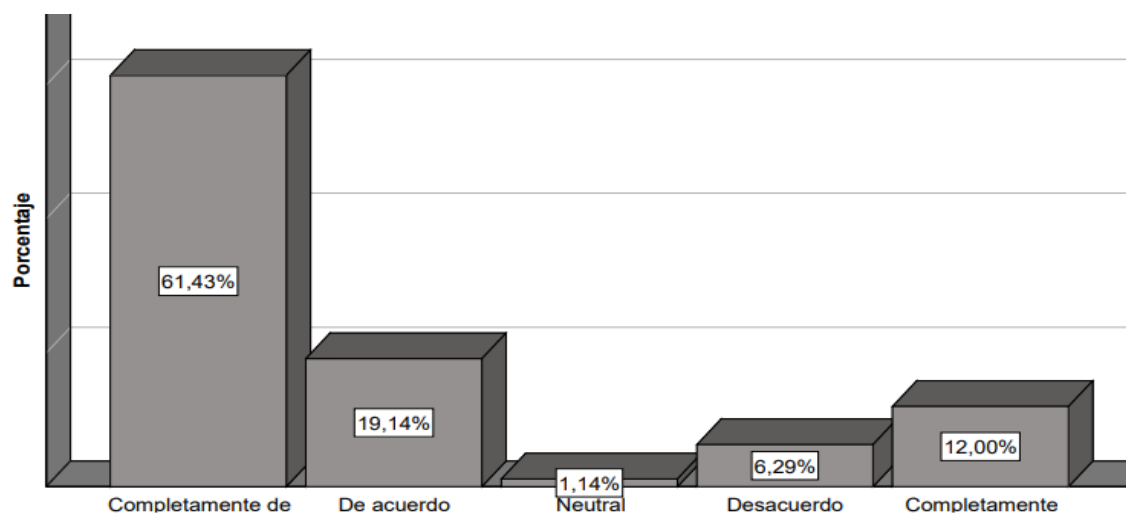
Tabla 23

Resultados de, si la propiedad industrial puede alertar a los consumidores para que no sean inducidos a error a efectos de que se vulneren sus preferencias de elección

	N	%
Completamente de acuerdo	215	61,43
De acuerdo	67	19,14
Neutral	4	1,14
Desacuerdo	22	6,29
Completamente desacuerdo	42	12,00
Total	350	100,00

Figura 14

Resultados de, si la propiedad industrial puede alertar a los consumidores para que no sean inducidos a error a efectos de que se vulneren sus preferencias de elección



Interpretación

Conforme a los resultados obtenidos, las estadísticas demuestran que, el 61,43 % está completamente de acuerdo, el 19,14%, mientras que el 1,14 % expresa una neutralidad, asimismo, el 6,29 % manifestó estar en desacuerdo, en tanto que el 12,00 % está completamente en desacuerdo.

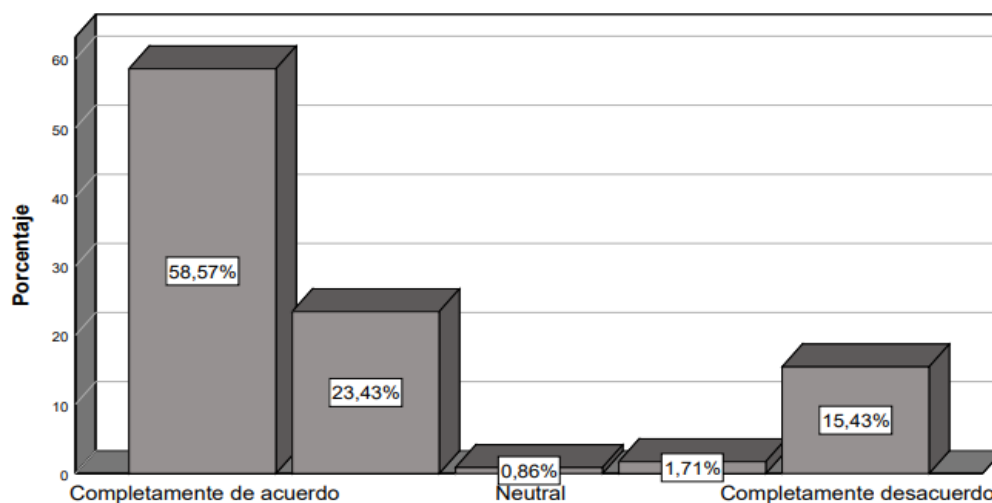
Tabla 24

Resultados de, si la competencia desleal puede generar afectación al prestigio y popularidad dentro de un mercado

	N	%
Completamente de acuerdo	205	58,57
De acuerdo	82	23,43
Neutral	3	0,86
Desacuerdo	6	1,71
Completamente desacuerdo	54	15,43
Total	350	100,00

Figura 15

Resultados de, si la competencia desleal puede generar afectación al prestigio y popularidad dentro de un mercado



Interpretación

Conforme a los resultados obtenidos, las estadísticas demuestran que, el 58,57 % está completamente de acuerdo, el 23,43%, mientras que el 0,86 % expresa una neutralidad, asimismo, el 1,71 % manifestó estar en desacuerdo, en tanto que el 15,43 % está completamente en desacuerdo.

Contrastación de hipótesis

Prueba de normalidad

Tabla 25

Prueba de Kolmogorov-Smirnov, variable propiedad industrial

		Propiedad industrial
	N	350
Parámetros normales	Media	2,84
	Desv. Desviación	1,728
Máximas diferencias extremas	Absoluto	239
	Positivo	239
	Negativo	-209
	Estadístico de prueba	0,239
	Sig. asintótica(bilateral)	0,000

Tabla 26

Prueba de Kolmogorov-Smirnov, variable competencia desleal

		Competencia desleal
	N	350
Parámetros normales	Media	3,8229

	Desv. Desviación	0,86135
Máximas diferencias extremas	Absoluto	0,367
	Positivo	0,282
	Negativo	-367
Estadístico de prueba		0,367
Sig. asintótica(bilateral)		0,000

Interpretación

Conforme a las tablas 25 y 26 se verifican los resultados de la prueba de Kolmogorov Smirnov, porque se tienen 350 datos que conforman la muestra, obteniendo que el p-valor es menor de 0,05 no teniendo una distribución normal, asimismo, se empleó de igual modo del coeficiente de rho Spearman.

Hipótesis General

Ho. La Propiedad industrial no se ve afectada con actos de Competencia Desleal en el distrito de Mala 2022.

Ha. La Propiedad industrial si se ve afectada con actos de Competencia Desleal en el distrito de Mala 2022.

Tabla 27

Rho de Spearman, propiedad industrial y competencia desleal

			Competencia desleal
Rho de Spearman	Propiedad industrial	Coeficiente de correlación	0,997**
		Sig. (bilateral)	0,000
		N	350

Interpretación

De la verificación de los resultados, los mismos indican que, la propiedad industrial y la competencia desleal tienen una relación positiva fuerte con un $r = 0,997$ y un p -valor = 0,000, el mismo que es menor a 0,05; rechazando la hipótesis nula y aceptando la hipótesis de la investigadora.

Hipótesis Específica 1

Ho. La falta de protección de los signos distintivos referentes a la propiedad industrial no influye en la confusión en el mercado al momento de elegir un servicio.

Ha. La falta de protección de los signos distintivos referentes a la propiedad industrial si influye en la confusión en el mercado al momento de elegir un servicio.

Tabla 28

Rho de Spearman, propiedad industrial y signos distintivos

		Signos distintivos	
Rho de Spearman	Propiedad industrial	Coefficiente de correlación	0,997**
		Sig. (bilateral)	0,000
		N	350

Interpretación

De la verificación de los resultados, los mismos indican que, la propiedad industrial y los signos distintivos tienen una relación positiva fuerte con un $r = 0,997$ y un p -valor = 0,000, el mismo que es menor a 0,05; rechazando la hipótesis nula y aceptando la hipótesis de la investigadora.

Hipótesis Específica 2

Ho. El diseño industrial de las empresas no previene las pérdidas económicas a razón de las causas de la competencia desleal.

Ha. El diseño industrial de las empresas si previene las pérdidas económicas a razón de las causas de la competencia desleal.

Tabla 29

Rho de Spearman, diseño industrial y pérdidas económicas

		Pérdidas económicas	
Rho de Spearman	Diseño industrial	Coefficiente de correlación	0,996**
		Sig. (bilateral)	0,000
		N	350

Interpretación

De la verificación de los resultados, los mismos indican que, el diseño industrial y pérdidas económicas como dimensión de la variable de competencia desleal tienen una relación positiva fuerte con un $r = 0,996$ y un $p\text{-valor} = 0,000$, el mismo que es menor a $0,05$; rechazando la hipótesis nula y aceptando la hipótesis de la investigadora.

CAPÍTULO IV

DISCUSIÓN

Respecto del objetivo general

La discusión primera se circunscribe en el objetivo general, el cual planteó determinar de qué manera la problemática respecto a la Propiedad industrial se afecta con actos de competencia desleal en el distrito de Mala 2022, por lo que la investigadora postuló a la existencia de una afectación por los actos antes mencionados en el límite territorial establecido. Lo antes señalado se encuentra sustentado en los resultados obtenidos, por cuanto existe una relación entre las variables, con un pvalor de 0,000, el cual es del 99,7%, esto es, muy fuerte ($r=0,997$). Asimismo, Mawyin y Alvarez (2020) expresaron la necesidad del registro de la marca, para que con ello se evite la explotación ajena, salvaguardando con ello la protección a la propiedad industrial y consecuentemente evitando actos de competencia desleal en el mercado. Sin embargo, Torres (2018) postuló que no existe riesgo de confusión ante actos de explotación ajena o aprovechamiento indebido de la marca, lo que, si bien no se condice con el resultado y la hipótesis alternativa, pero resulta relevante para mantener las posturas discordantes en torno al resultado que se halló en la investigación. Por otro lado, Ramos (2018) sostuvo que es necesario que las autoridades que prevén, supervisan y sancionan la afectación al derecho de una marca, esto es, el INDECOPI realice un procedimiento eficaz y adecuado hasta que gocen de protección jurídica las creaciones y no se vean perjudicadas posteriormente, en concordancia con ello, Solano (2019) expresó la necesidad de que INDECOPI trabaje con mayor rigurosidad en la fiscalización de las marcas, ya que el uso indebido puede generar pérdidas económicas, confusión en el mercado y hasta desprestigiar la marca por terceros ajenos a la propiedad vulnerando así la propiedad industrial.

Respecto del primer objetivo específico

La discusión segunda está referida al primer objetivo específico que planteó determinar de qué manera la falta de protección de los signos distintivos referentes a la propiedad industrial influyen en la confusión en el mercado al momento de elegir un servicio, por lo que conforme a lo que se formuló, sí existiría una influencia. Estando sustentado esto en los resultados obtenidos, por cuanto existe una relación entre las variables, con un pvalor de 0,000, el cual es del 99,7%, esto es, muy fuerte ($r=0,997$). En consonancia con ello, Quilligana (2020) sostuvo que la falta de protección de las marcas genera confusión a los consumidores al momento de elegir un producto a través de la publicidad engañosa, lo que da origen a la competencia desleal como tal, lo que, si se armoniza tanto con el objetivo, la hipótesis y el resultado que se obtuvo. Por otro lado, Diaz (2021) expresó que para contrarrestar de manera eficaz estos tipos de actos de competencia desleal, es por medio de las sanciones y la reparación del daño causado a las empresas, estados, y personas naturales para el beneficio de estas mismas, evitando así los atentados contra la propiedad industrial.

Respecto del segundo objetivo específico

La discusión tercera está referida al segundo objetivo, el cual planteó determinar de qué manera el diseño industrial de las empresas previene las pérdidas económicas a razón de las causas de la competencia desleal, por lo que se formuló la existencia de un efecto causal. Sustentado esto en los resultados obtenidos, por cuanto existe una relación entre las variables, con un pvalor de 0,000, el cual es del 99,6%, esto es, muy fuerte ($r=0,996$). En concordancia con ello, Acaro (2021) expresó la importancia que tiene la marca en las empresas, las cuales contribuyen a que se puedan identificar plenamente con sus consumidores, gozando así de protección jurídica para prevenir atentados frente a terceros. Reafirmando lo antes mencionado,

Medina (2021) postuló que, será la calidad percibida por los clientes, la cual establecerá una preferencia por la marca, generando con ello, una mayor ganancia económica, un mejor posicionamiento y una plena identificación dentro del mercado. Sin embargo, Torres (2018) postuló que, estas características que marcan la diferencia en el mercado o distinguen a las empresas, no generarían riesgo de confusión, por lo que no habría competencia desleal. En contra de lo referido con anterioridad, Vallejos (2018) expresó la importancia de las características propias de las marcas, por cuanto estas permiten una relación directa con el público a través de la percepción directa e indirecta, logrando así posicionarse y poder competir legalmente dentro del mercado.

CAPÍTULO V
CONCLUSIONES

Primera: Conforme a los resultados obtenidos, se concluye que, existe una correlación positiva muy fuerte entre la propiedad industrial y la competencia desleal, lo cual de manera causal representa una afectación por parte de una a otra, configurando un problema jurídico latente en la sociedad, precisamente en la población del distrito de Mala, Provincia de Cañete y Departamento de Lima, por lo tanto, se confirma la hipótesis general de investigación.

Segunda: Consecuentemente, según los resultados se concluye que, en efecto, la falta de protección de los signos distintivos que conforman la propiedad industrial influye en la confusión en el mercado al momento de elegir un servicio, sustentado en la correlación positiva muy fuerte que existen entre las variables, por lo tanto, se confirma la primera hipótesis específica.

Tercera: Finalmente, conforme a los resultados que se obtuvieron y a la correlación positiva que la sustenta, se concluye que en efecto es el diseño industrial de las empresas, lo que previene las pérdidas económicas a causa de actos de competencia desleal como la explotación indebida de la marca, publicidad engañosa, entre otros, por lo tanto, se confirma la segunda hipótesis específica.

CAPÍTULO IV
RECOMENDACIONES

Primera: De la primera conclusión nace la necesidad de que la autoridad encargada de velar por la protección de la propiedad industrial, promueva campañas en favor de la protección, conservación y renovación de la marca, a fin de que las empresas no se vean afectadas luego de haberse vencido las mismas o encontrarse ante una situación de explotación ajena de la propiedad industrial.

Segunda: De lo obtenido en la segunda conclusión, respecto a que la falta de protección de los signos distintivos influye en la confusión en el mercado al momento de elegir un servicio, resulta indispensable que los parlamentarios tomen en consideración la implicancia obtenida, a efectos de que se regulen sanciones más severas para los actos de competencia desleal o mecanismos más eficaces para contrarrestar los mismos.

Tercera: Finalmente, como última recomendación, resulta necesario que la autoridad encargada de velar por la protección de la propiedad industrial, promueva mecanismos de protección, debido a que, de los resultados obtenidos se verificó que la implicancia de esta, colisionaba no solo con el derecho a la creación propiamente dicho, sino también desde un aspecto económico para la empresa afectaba, lo que trae como consecuencia adicionalmente, el error inducido al consumidor o usuario de transporte.

REFERENCIAS

- Acaro, J. (2021). *Cargos por servicios no financieros, de terceros sin la autorización precisa y expresa del usuario* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Loja]. Repositorio UNL.
https://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/23882/1/Jose%cc%81%20Stalin_Acaro%20Orbe.pdf
- Alexy, R. (1993). *Teoría de los derechos fundamentales*.
<https://www.pensamientopenal.com.ar/system/files/2014/12/doctrina37294.pdf>
- Alvarado, G., & Villegas, C. (2020). *La relación entre la satisfacción del cliente y el valor de marca en la facultad de ingeniería de una universidad privada en la ciudad de Cajamarca en el año 2019* [Tesis de pregrado, Universidad Privada del Norte]. Repositorio UPN.
<https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/23971/Alvarado%20Vecco%2c%20Guillermo%20Nicolas%20-%20Villegas%20Gamboa%2c%20Cristy%20Yanira.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Arenas, M., & Ortega, M. (2015). *El efecto del color en la percepción de marca de los consumidores* [Tesis de pregrado, Universidad de Chile]. Repositorio UChile.
<https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/135974/El%20efecto%20del%20color%20en%20la%20percepci%3%b3n%20de%20marca%20de%20los%20consumidores.pdf?sequence=1&isAllowed=y> EL EFECTO DEL COLOR EN LA PERCEPCIÓN DE MARCA DE LOS CONSUMIDORES
- Arias, F. (2012). *El proyecto de investigación*. Editorial Episteme.
<https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf-1.pdf>

- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación*. Pearson.
<https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf.pdf>
- Burga, E. (1967). *Estudios filosóficos jurídicos*.
- Calmet, K., Hernando, B., & Ortiz de Orue, G. (2020). *Identidad e imagen de la marca Línea, una empresa de transporte interprovincial terrestre* [Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Católica del Perú]. Repositorio PUCP.
<https://repositorio.pucp.edu.pe/index/handle/123456789/171877>
- Carrasco, S. (2015). *Metodología de la investigación científica: pautas metodológicas para diseñar y elaborar el proyecto de investigación*. Editorial San Marcos.
https://www.sancristoballibros.com/libro/metodologia-de-la-investigacion-cientifica_45761
- Chavez, J. A. (2021). *Estudios sobre propiedad intelectual. Temas actuales y nuevos desafíos*. Gaceta Jurídica.
- Constitución Política del Perú. (1993). *Constitución Política del Perú*. Diario oficial el Peruano.
- Cordova, A. (2015). *La experiencia de marca: sus efectos sobre el consumidor y la empresa* [Tesis de pregrado, Universidad de Chile]. Repositorio UChile.
<https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/136584/La%20experiencia%20de%20marca%20%20sus%20efectos%20sobre%20el%20consumidor%20y%20la%20empresa.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Cornejo, C. (2014). *Derecho de Marcas*. Lex & Iuris.
- Decreto Legislativo N° 1044. (2008, junio 25). *Decreto Legislativo que aprueba la Ley de Represión de la Competencia desleal*. Diario oficial el Peruano.

Díaz, A. (2021). *Delitos de propiedad intelectual y el principio de oportunidad en los abogados del distrito de Jesús María, 2021* [Tesis de pregrado, Universidad Peruana de las Américas]. Repositorio Ulasamericas. <http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/bitstream/handle/upa/1882/TESIS%20-%20DIAZ%20GUARDERAS%20AMELIA%20ANDREA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Durkheim, E. (1986). *Las reglas del método sociológico*. Fondo de Cultura Económica.

Espinoza, E. (2018). *El problema de investigación*. *Revista Conrado*, 14(64), 22-32
<https://conrado.ucf.edu.cu/index.php/conrado/article/view/808/816>

Fernández, C. (2011). Reflexiones sobre el objeto de estudio y la finalidad del derecho. *THEMIS Revista De Derecho*, (60), 285-293.
<https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/themis/article/view/9069>

Gaitán, R. (2007). *Importancia del color para la marca*. Ecolink.
<https://www.econlink.com.ar/marcas/color>

Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual. (2022). *Registro de Infractores 2022*. Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal del Indecopi.
<https://www.gob.pe/institucion/indecopi/informes-publicaciones/3042782-registro-de-infractores-2022>

Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y Protección al Consumidor. (s.f.). *Protección al consumidor*.
<https://www.indecopi.gob.pe/en/proteccionalconsumidor#:~:text=El%20Indecopi%20ejecuta%20la%20pol%C3%ADtica,fortalecer%20tu%20protecci%C3%B3n%20y%20los>

- Kelsen, H. (1981). *Teoría pura del derecho* (R. Vernengo, Trans.) Universidad Nacional Autónoma de México.
- Mawyin, J., & Alvarez, A. (2020). *El registro de una marca como requisito indispensable para iniciar una actividad comercial en el Ecuador* [Tesis de pregrado, Universidad Regional Autónoma de los Andes]. Repositorio UNL. <https://dspace.unl.edu.ec/jspui/handle/123456789/806>
- Medina, A. (2021). *Gestión de marca y posicionamiento de mercado en la empresa de transportes Señor del Mar S.A, Lima 2021* [Tesis de pregrado, Univesidad César Vallejo]. Repositorio UCV. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/92371/Medina_MADF-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Medina, M. (2020). *Análisis de infracción del derecho de marca por Indecopi y Gamarra en el 2020* [Tesis de pregrado, Universidad Autónoma del Perú]. Repositorio Autónoma. <https://repositorio.autonoma.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13067/1340/Medina%20Barranca%2C%20Mayra%20Alejandra.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Murillo, J. (2021). *Estudios sobre la propiedad intelectual. Temas actuales y nuevos desafíos*. Gaceta Jurídica.
- Nóvoa, F. (1984). *Fundamentos de derecho de marcas*. Dialnet. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=91790>
- Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. (2016). *Principios básicos de la propiedad industrial*. https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/wipo_pub_895_2016.pdf

- Organización Mundial del Comercio. (s.f.). *Preguntas frecuentes sobre los ADPIC [aspectos de los derechos de propiedad intelectual relacionados con el comercio en la OMC]*. https://www.wto.org/spanish/tratop_s/trips_s/tripfq_s.htm
- Pindyck, R. (2011). *Microeconomía*. Pearson Educación. https://danielmorochoruiz.files.wordpress.com/2017/01/microeconomia_-_pyndick.pdf
- Quilligana, M. (2020). *Comercio electrónico y publicidad engañosa en el Distrito Metropolitano de Quito*. Universidad Central del Ecuador. <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/21850/1/T-UCE-0013-JUR-277.pdf>
- Ramírez, R. (2016). *Proyecto de investigación. Como se hace una tesis*. AMADP.
- Ramos, J. (2018). *La intervención del instituto nacional de defensa de la competencia y de la protección de la propiedad intelectual ante actos de infracción sobre el derecho de marcas* [Tesis de pregrado, Universidad Autónoma del Perú] Repositorio Autónoma. <https://repositorio.autonoma.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13067/803/Ramos%20Corzo%2c%20Janeth%20Yisela.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Reale, M. (1997). *Teoría tridimensional del derecho: una visión integral del derecho*. Tecnos.
- Riofrío, J. (2014, noviembre 05). *Teoría general de los signos distintivos*. La Propiedad Inmaterial. <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/propin/article/view/3914>
- Schwarz, M. (2018). *Identificación y caracterización del problema de investigación para la elaboración de la tesis universitaria*. Universidad de Lima. <https://repositorio.ulima.edu.pe/handle/20.500.12724/7099>

- Solano, D. (2019). *El registro de marca – Requisito obligatorio para el otorgamiento de las licencias de funcionamiento. ciudad de Huancayo, periodo 2016 - 2017* [Tesis de pregrado, Universidad Peruana los Andes]. Repositorio UPLA. <https://repositorio.upla.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12848/1186/TESIS%20UPLA%202018.docx%20IIIdocx.pdf%20DIANA%20SOLANO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Tantaleán, R. (2019). *El problema de investigación jurídica*. Dialnet. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7014404>
- Torres, K. (2018). *Validez y efectividad del registro de marcas similares en el código orgánico de la economía social de los conocimientos, la creatividad e innovación: análisis con base en la norma supranacional vigente y en la aplicación del principio de especialidad* [Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Católica del Ecuador]. Repositorio UNIAN. <https://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/11777/1/TUQPIAB019-2020.pdf>
- Vallejos, A. (2018). *Ser, decir y hacer: El valor de la autenticidad de marca* [Tesis de pregrado, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Repositorio UPC. https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/625509/VallejosR_A.pdf?sequence=4&isAllowed=y
- Yáñez, P. (2015). *La competencia desleal en la vulneración de los derechos económicos en la legislación ecuatoriana* [Tesis de pregrado, Universidad Internacional SEK] Repositorio UISEK. <https://repositorio.uisek.edu.ec/bitstream/123456789/1957/1/LA%20COMPETENCIA%20DESLEAL%20EN%20LA%20VULNERACION%20DE%20L>

OS%20DERECHOS%20ECON%c3%93MICOS%20EN%20LA%20LEGISLA
CI%c3%93N.pdf

Zeas, W. (2017). *La contaminación visual dentro de la transgresión del Derecho Constitucional del buen vivir debido a la publicidad exterior en el Distrito Metropolitano de Quito en el 2016* [Tesis de pregrado, Universidad Central del Ecuador]. Repositorio UCE.

<https://www.dspace.uce.edu.ec/server/api/core/bitstreams/4f0c887d-4722-4d4e-8d55-2b4558f48e42/content>

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de consistencia

Problema de investigación	Objetivo de investigación	Justificación	Hipótesis	Análisis	Análisis Metodológico
PG: ¿Existe afectación a la propiedad industrial al ejecutarse actos de competencia desleal en el distrito de Mala 2022?	OG: Determinar de qué manera la problemática respecto a la Propiedad industrial se afecta con actos de Competencia Desleal en el distrito de Mala 2022.	JG: Permitirá conocer si existe afectación contra la propiedad industrial por falta de protección de la misma.	HG: La Propiedad industrial se ve afectada con actos de Competencia Desleal en el distrito de Mala 2022.	Confiabilidad: Alfa de Cronbach. Escala de medición: Likert 1. Completamente de acuerdo. 2. De acuerdo. 3. Neutral. 4. Desacuerdo. 5. Completamente en desacuerdo	Enfoque: Cuantitativo. Paradigma: Positivista. Diseño: No Experimental. Nivel: Correlacional. Variables: Propiedad industrial y Competencia Desleal.
PE1: ¿De qué manera la falta de protección de los signos distintivos referentes a la propiedad industrial influye en la confusión en el mercado al momento de elegir un servicio?	OE1: Determinar de qué manera la falta de protección de los signos distintivos referentes a la propiedad industrial influyen en la confusión en el mercado al momento de elegir un servicio.	JE1: Permitirá conocer si es la desprotección del logo o marca, lo que provoca actos de competencia desleal, como error al consumidor.	HE1: La falta de protección de los signos distintivos referentes a la propiedad industrial influyen en la confusión en el mercado al momento de elegir un servicio.		Unidad de análisis: Los usuarios del servicio de transporte en el distrito de Mala, provincia de Cañete.
PE2: ¿De qué manera el diseño industrial de las empresas previene las pérdidas económicas a razón de las causas de la competencia desleal?	OE2: Determinar de qué manera el diseño industrial de las empresas previene las pérdidas económicas a razón de las causas de la competencia desleal.	JE2: Permitirá conocer si la protección de la marca o logo podría prevenir afectación económica a la empresa.	HE2: El diseño industrial de las empresas previene las pérdidas económicas a razón de las causas de la competencia a desleal.		

Anexo 2: Instrumento de encuesta

ENCUESTA SOBRE “LA PROPIEDAD INDUSTRIAL Y LAS CARACTERÍSTICAS RESPECTO A LA COMPETENCIA DESLEAL EN LA PROVINCIA DE CAÑETE 2022”

El desarrollo de la presente encuesta anónima aportará los conocimientos necesarios para determinar de qué manera la problemática respecto a la Propiedad industrial se afecta con actos de Competencia Desleal en Cañete 2022.

I.- CONSENTIMIENTO INFORMADO

Declaro que he sido informado e invitado a participar de la presente encuesta, asimismo, se me ha explicado que la información registrada será confidencial y anónima y que, puedo retirarme del mismo cuando lo decida, sin que esto implique responsabilidad para mi persona, aceptando voluntariamente a participar.

- a) Si b) No

II.- ASPECTOS GENERALES.

1. ¿Qué edad tiene?

- a) Entre 18 a 20 años b) Entre 21 a 30 años
c) Entre 31 a 40 años d) Entre 41 a 70 años

0. Sexo

- a) Masculino b) Femenino

III. PREGUNTAS DEL CUESTIONARIO

1. ¿Considera usted que el diseño industrial influye en el éxito comercial?

- a) Completamente de acuerdo b) De acuerdo
c) Neutral d) Desacuerdo
e) Completamente desacuerdo

- 0.** ¿Considera usted que el objeto social influye en el diseño industrial?
- a) Completamente de acuerdo b) De acuerdo
c) Neutral d) Desacuerdo
e) Completamente desacuerdo
- 0.** ¿Considera usted que las palabras como parte de los signos figurativos son importantes al momento de seleccionar un servicio?
- a) Completamente de acuerdo b) De acuerdo
c) Neutral d) Desacuerdo
e) Completamente desacuerdo
- 0.** ¿Considera usted que los signos figurativos influyen en la identificación de un servicio por medio de la utilización de las letras?
- a) Completamente de acuerdo b) De acuerdo
c) Neutral d) Desacuerdo
e) Completamente desacuerdo
- 0.** ¿Considera usted que los números forman parte de los signos figurativos para describir una marca?
- a) Completamente de acuerdo b) De acuerdo
c) Neutral d) Desacuerdo
e) Completamente desacuerdo
- 0.** ¿Cree usted que es importante resguardar los signos distintivos para prever que otras empresas afecten copiando sus símbolos de identificación?

- a) Completamente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Neutral
- d) Desacuerdo
- e) Completamente desacuerdo

0. ¿Cree usted que las figuras provocan una respuesta positiva en los clientes a causa de que tienen signos distintivos exclusivos al momento de elegir un servicio?

- a) Completamente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Neutral
- d) Desacuerdo
- e) Completamente desacuerdo

0. ¿Cree usted que la incorporación de los elementos gráficos como parte de los signos distintivos generan identidad propia dentro de una empresa?

- a) Completamente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Neutral
- d) Desacuerdo
- e) Completamente desacuerdo

0. ¿Considera usted que una de las causas de la competencia desleal respecto a los signos distintivos puede generar dificultad para identificar un servicio de elección del consumidor?

- a) Completamente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Neutral
- d) Desacuerdo
- e) Completamente desacuerdo

0. ¿Considera usted que una de las causas de confusión en el mercado sea la dificultad para diferenciar una marca?

- a) Completamente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Neutral
- d) Desacuerdo
- e) Completamente desacuerdo

0. ¿Está usted de acuerdo que una de las consecuencias de la competencia desleal puede generar pérdidas económicas dentro de las empresas debido a la falta de protección de los signos distintivos?

- a) Completamente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Neutral
- d) Desacuerdo
- e) Completamente desacuerdo

0. ¿Considera usted que la Irretornabilidad de la inversión puede prevenirse si la propiedad industrial preserva su identificación con sus consumidores evitando que se vea afectado por actos de competencia desleal?

- a) Completamente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Neutral
- d) Desacuerdo
- e) Completamente desacuerdo

0. ¿Considera usted que la imitación de un signo distintivo busca vulnerar los derechos de la propiedad industrial y la competencia?

- a) Completamente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Neutral
- d) Desacuerdo
- e) Completamente desacuerdo

0. ¿Está usted de acuerdo que la propiedad industrial puede alertar a los consumidores para que no sean inducidos a error a efectos de que se vulneren sus preferencias de elección?

- a) Completamente de acuerdo b) De acuerdo
- c) Neutral d) Desacuerdo
- e) Completamente desacuerdo

0. ¿Está usted de acuerdo que la competencia desleal puede generar afectación al prestigio y popularidad dentro de un mercado?

- a) Completamente de acuerdo b) De acuerdo
- c) Neutral d) Desacuerdo
- e) Completamente desacuerdo

Anexo 3: Documentos

DOCUMENTOS PARA VALIDAR LOS INSTRUMENTOS DE MEDICIÓN A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

LA PROPIEDAD INDUSTRIAL Y LAS CARACTERÍSTICAS RESPECTO A LA COMPETENCIA DESLEAL EN EL SERVICIO DE TRANSPORTE EN EL DISTRITO DE MALA 2022

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

“ENFOQUE INTERDISCIPLINARIO DE LA CIENCIA JURIDICA”

AUTORA:

MILENE AMPARO ANTIALON HUAPAYA

CARTA DE PRESENTACIÓN

Dr. **ESPINOZA PAJUELO, LUIS ÁNGEL**

Coordinador de Investigación de la Escuela Profesional de Derecho

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

Es un honor comunicarme con usted para expresarle mis saludos y asimismo, hacer de su conocimiento que en mi calidad de tesista de la Escuela Profesional de Derecho de la Facultad de Ciencias Humanas de la Universidad Autónoma del Perú, presenté el instrumento para ser validado del proyecto de investigación titulado: "La propiedad industrial y las características respecto a la competencia desleal en el servicio de transporte en el distrito de Mala 2022" cuyo desarrollo le permitirá al recurrente, poder optar el Título de Abogado.

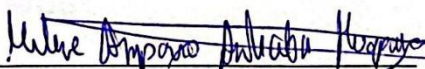
En tal sentido, es imprescindible validar el instrumento(s) con los cuales se recogerán los datos pertinentes, para lo cual es necesario contar con la aprobación de especialistas y llevar a cabo la aplicación del instrumento(s) en mención. Conocedor de su connotada experiencia en temas de investigación jurídica, se ha considerado recurrir a su persona.

El expediente de validación, que se le hace llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Definición conceptual(es) de la(s) variable(s) y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de la variable(s).
- Certificado de validez de contenido del instrumento(s).

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle la atención que dispense a la presente.

Atentamente,



Milene Amparo Antialon Huapaya

Código de estudiante:2172891124

DNI N° 70134908

DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE LAS VARIABLES Y SUS DIMENSIONES

VARIABLE 1: PROPIEDAD INDUSTRIAL

Protege y regula los derechos sobre creaciones inmateriales o materiales que guardan relación con los mercados otorgando a una persona natural o jurídica un derecho único.

DIMENSIONES DE LA VARIABLE PROPIEDAD INDUSTRIAL

Dimensión 1: DISEÑO INDUSTRIAL

Considera el diseño industrial como un enfoque estético del diseño de formas, objetos o servicios que sirven para crear y desarrollar todo tipo de productos, abarcando desde la conceptualización de una idea hasta la identificación de un producto por su diseño.

Dimensión 2: SIGNOS FIGURATIVOS

El concepto de los signos figurativos abarca la distinción de colores, los trazos, los logos de identificación, por ello, es importante determinar que las figuras sean diferentes a los demás, ya que si son semejantes, se suscita una impresión visual idéntica o parecida que puede conducir a error.

Dimensión 3: SIGNOS DISTINTIVOS

Son todos aquellos símbolos, figuras, vocablos o expresiones que se utilizan en la industria o en el comercio para distinguir un producto, servicio o establecimiento, de otros de su misma especie.

VARIABLE 2: COMPETENCIA DESLEAL

Son acciones de mala fe, que afectan el correcto funcionamiento del mercado afectando a los consumidores y a las empresas en el desarrollo de sus actividades.

DIMENSIONES DE LA VARIABLE COMPETENCIA DESLEAL

Dimensión 1: CONFUSIÓN EN EL MERCADO

Se dará la confusión en el mercado en cuanto los signos sean similares o tengan alguna vinculación de competencia entre los productos o servicios, lo cual, resulte confuso distinguir entre ambos.

Dimensión 2: PÉRDIDAS ECONÓMICAS

Las pérdidas económicas son las ganancias dejadas de percibir, asimismo, esas pérdidas económicas pueden generar y crear nuevos riesgos o al agravar los niveles de los que ya existen, por ello, la palabra pérdida se utiliza para referirse a situaciones con resultados negativos. Los resultados negativos surgirán cuando los gastos sean superiores a los ingresos.

Dimensión 3: APROVECHAMIENTO INDEBIDO

Tienen como efecto el aprovechamiento indebido de la imagen, el crédito, la fama, el prestigio o la reputación empresarial o profesional que corresponde a otro agente económico, incluidos los actos capaces de generar un riesgo. Dichos actos se configuran a la vez actos de confusión y pueden realizarse mediante el uso indebido de bienes protegidos por las normas de propiedad industrial.

OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE 1: PROPIEDAD INDUSTRIAL

DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	POLITÓMICA
Diseño Industrial	Aspectos estéticos de producto	¿Usted considera que el diseño industrial condiciona los aspectos estéticos de un producto dentro de un mercado?	<ul style="list-style-type: none"> . Completamente de acuerdo . De acuerdo . Neutral . Desacuerdo . Completamente desacuerdo
	Aspecto estético de servicio	¿Usted considera que la percepción de los aspectos estéticos de servicio influye en el diseño industrial al momento de identificarse?	
Signos Figurativos	Palabras	¿Considera usted que las palabras como parte de los signos figurativos son importantes al momento de seleccionar un servicio?	<ul style="list-style-type: none"> . Completamente de acuerdo . De acuerdo . Neutral . Desacuerdo . Completamente desacuerdo
	Letras	¿Considera usted que los signos figurativos influyen en la identificación de un servicio por medio de la utilización de las letras ?	
	Números	¿Considera usted que los números forman parte de los signos figurativos para describir una marca?	
Signos Distintivos	Símbolos	¿Cree usted que es importante resguardar los signos distintivos para prever que otras empresas afecten copiando sus símbolos de identificación?	<ul style="list-style-type: none"> . Completamente de acuerdo . De acuerdo . Neutral . Desacuerdo . Completamente desacuerdo

	Figuras	¿Cree usted que las figuras provocan una respuesta positiva en los clientes a causa de que tienen signos distintivos exclusivos al momento de elegir un servicio?	<ul style="list-style-type: none"> . Completamente de acuerdo . De acuerdo . Neutral . Desacuerdo . Completamente desacuerdo
	Elementos gráficos	¿Cree usted que la incorporación de los elementos gráficos como parte de los signos distintivos generan identidad propia dentro de una empresa?	<ul style="list-style-type: none"> . Completamente de acuerdo . De acuerdo . Neutral . Desacuerdo . Completamente desacuerdo

OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE 2: COMPETENCIA DESLEAL

DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	POLITÓMICA
Confusión en el mercado	Dificultad para identificar	¿Considera usted que una de las causas de la competencia desleal respecto a los signos distintivos puede generar dificultad para identificar un servicio de elección del consumidor?	<ul style="list-style-type: none"> . Completamente de acuerdo . De acuerdo . Neutral . Desacuerdo . Completamente desacuerdo
	Dificultad para diferenciar	¿Considera usted que una de las causas de confusión en el mercado sea la dificultad para diferenciar una marca?	
Pérdidas económicas	Reducción de ingresos	¿Está usted de acuerdo que una de las consecuencias de la competencia desleal puede generar pérdidas económicas dentro de las empresas debido a la falta de protección de los signos distintivos?	<ul style="list-style-type: none"> . Completamente de acuerdo . De acuerdo . Neutral . Desacuerdo . Completamente desacuerdo
		¿Considera usted que la Irretornabilidad de	

	Irretornabilidad de la inversión	la inversión puede prevenirse si la propiedad industrial preserva su identificación con sus consumidores evitando que se vea afectado por actos de competencia desleal?	
Aprovechamiento indebido	Imitación	¿Considera usted que la imitación de un signo distintivo busca vulnerar los derechos de la propiedad industrial y la competencia?	<ul style="list-style-type: none"> . Completamente de acuerdo . De acuerdo . Neutral . Desacuerdo . Completamente desacuerdo
	Inducción a error	¿Está usted de acuerdo que la propiedad industrial puede alertar a los consumidores para que no sean inducidos a error a efectos de que se vulneren sus preferencias de elección?	<ul style="list-style-type: none"> . Completamente de acuerdo . De acuerdo . Neutral . Desacuerdo . Completamente desacuerdo
	Afectación al prestigio y popularidad.	¿Está usted de acuerdo que la competencia desleal puede generar afectación al prestigio y popularidad dentro de un mercado?	<ul style="list-style-type: none"> . Completamente de acuerdo . De acuerdo . Neutral . Desacuerdo . Completamente desacuerdo

CERTIFICADO DE VALDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE PROPIEDAD INDUSTRIAL


N°	DIMENSIONES / Items	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Suficiencia ⁴		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	DIMENSION 1: DISEÑO INDUSTRIAL ¿Usted considera que el diseño industrial condiciona los aspectos estéticos de un producto dentro de un mercado?	X		X		X		X		
2	¿Usted considera que la percepción de los aspectos estéticos de servicio influye en el diseño industrial al momento de identificarse? DIMENSION 2: SIGNOS FIGURATIVOS	X		X		X		X		
1	¿Considera usted que las palabras como parte de los signos figurativos son importantes al momento de seleccionar un servicio?	X		X		X		X		
2	¿Considera usted que los signos figurativos influyen en la identificación de un servicio por medio de la utilización de los letras?	X		X		X		X		
3	¿Considera usted que los números forman parte de los signos figurativos para describir una marca? DIMENSION 2: SIGNOS DISTINTIVOS	X		X		X		X		
1	¿Cree usted que es importante resguardar los signos distintivos para prevenir que otras empresas afecten causando sus símbolos de identificación?	X		X		X		X		
2	¿Cree usted que las figuras provocan una respuesta positiva en los clientes a causa de que tienen signos distintivos exclusivos al momento de elegir un servicio?	X		X		X		X		
3	¿Cree usted que la incorporación de los elementos gráficos como parte de los signos distintivos generan identidad propia dentro de una empresa?	X		X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): SI HAY SUFICIENCIA.

Opinión de aplicabilidad: Aplicable 1 No aplicable 1 Aplicable después de corregir 1

Apellidos y nombres del juez validador: Dr. Mg. Abog. ESPINOSA RAYDA Luis AUGER DNI: 10 094 662
Especialidad del validador: SESION VICER

Lima, 05 del May del 2020


.....
Dr. Luis Angel Espinosa Pajuelo
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL PERU
Frente a CARRERA DE DERECHO
COORDINADOR DEL AREA DE
INVESTIGACION

- ¹ Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
- ² Relevante: El ítem es apropiado para representar el componente o dimensión específica del constructo
- ³ Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, su contenido, exacto y directo
- ⁴ Suficiente: Los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE COMPETENCIA DESLEAL

N°	DIMENSIONES / Items	Pertinencia		Relevancia		Claridad		Suficiencia		Sugerencias
		SI	No	SI	No	SI	No	SI	No	
1	DIMENSION 1: CONFUSIÓN EN EL MERCADO ¿Considera usted que una de las causas de la competencia desleal respecto a los signos distintivos puede generar dificultad para identificar un servicio de elección del consumidor?	X		X		✓		✓		
2	¿Considera usted que una de las causas de confusión en el mercado sea la dificultad para diferenciar una marca? DIMENSION 2: PERIODIAS ECONÓMICAS	✓		✓		✓		✓		
1	¿Está usted de acuerdo que una de las consecuencias de la competencia desleal puede generar pérdidas económicas dentro de las empresas debido a la falta de protección de los signos distintivos? DIMENSION 3: APROVECHAMIENTO INDEBIDO	✓		✓		✓		✓		
2	¿Considera usted que la intromisión de la inversión puede presentarse si la propiedad industrial presenta su identificación con sus consumidores evitando que se vea afectado por actos de competencia desleal?	✓		✓		✓		✓		
1	¿Considera usted que la imitación de un signo distintivo busca vulnerar los derechos de la propiedad industrial y la competencia?	✓		✓		✓		✓		
2	¿Esta usted de acuerdo que la propiedad industrial pueda alertar a los consumidores para que no sean inducidos a error a elección de que se se vulneren sus preferencias de elección?	✓		✓		✓		✓		
3	¿Esta usted de acuerdo que la competencia desleal puede generar afectación al prestigio y popularidad dentro de un mercado?	✓		✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): SI HAY SUFICIENCIA

Opinion de aplicabilidad: Aplicable No aplicable No aplicable []
Apellidos y nombres del juez validador: **Dr. Mg. Abog. ESTHER ROSA PARRA, Lus BANGAL** DNI: **10594662**

Especialidad del validador: **ESTADO CIVIL**

Unca. **09** de **1906** del **2020**

- *Verdad: El libro corresponde al concepto técnico formulado.
- *Relevancia: El libro es apropiado para respaldar al componente o elementos específicos del concepto.
- *Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del libro, sus correos, estado y derecho.
- *Autenticidad: Los libros planteados son suficientes para medir la dimensión.

Dr. Lus Angel Espinosa Pajuelo
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL PERÚ
CARRERA DE DERECHO
COORDINADOR DEL ÁREA DE INVESTIGACIÓN
Firma del Experto Informante.



CERTIFICADO DE VALOR DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE PROPIEDAD INDUSTRIAL.

N	DIRECCIONES / Items	Pertinencia		Relevancia		Claridad		Suficiencia		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
DIRECCION 1: DISEÑO INDUSTRIAL										
1	¿Usad contenidos que el diseño industrial condiciona las etapas selectivas de un producto dentro de un mercado?	X		X		X		X		
2	¿Usad contenidos que se perciben de los aspectos estéticos de servicio (eficacia en el diseño industrial) e innovación de tecnologías?	X		X		X		X		
DIRECCION 2: SIGNOS REGISTRADOS										
1	¿Considera usted que las palabras como parte de los signos figurativos son importantes al momento de seleccionar un servicio?	X		X		X		X		
2	¿Considera usted que los signos figurativos influyen en la identificación de un servicio por medio de la utilización de los logos?	X		X		X		X		
3	¿Considera usted que los nombres bonanz parte de los signos figurativos para describir una marca?	X		X		X		X		
DIRECCION 3: SIGNOS DISTINTIVOS										
1	¿Cree usted que es importante registrar los signos ostensivos para prevenir que otros empresas obtengan cobando sus atributos de diferenciación?	X		X		X		X		
2	¿Cree usted que los signos poseen una relevancia positiva en los diseños a través de que sirven signos distintivos sustanciales al momento de elegir un servicio?	X		X		X		X		
3	¿Cree usted que la incorporación de los elementos gráficos como parte de los signos distintivos genera identidad propia dentro de una empresa?	X		X		X		X		

Observaciones (predecir si hay errores): SI

Opción de aplicación: Aplicada Aplicada después de corregir [] No aplica []

Apellidos y nombre del Juez validador: CARRERA CUETO YDARA ROSA DNI: 06076309
Especialidad del validador: DOCTOR EN DERECHO

Lima, 8 de 5 del 2023

Particular: El libro corresponde al curso técnico: Formulatio
Referencia: El libro es apropiado para ingresar al componente o
orientación específica del currículo
Cantidad: Se emite un ejemplar según el enunciado del libro, en
concordancia con el derecho
Deficiencia: Los libros presentados son adecuados para servir la
orientación


Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE COMPETENCIA DESLEAL.

N°	DIMENSIONES / Items	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Suficiencia ⁴		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	
1	DIMENSION 1: CONFUSIÓN EN EL MERCADO ¿Considera usted que una de las causas de la competencia desleal respecto a los signos distintivos puede generar dificultad para identificar un servicio de acuerdo del consumidor?	X		X		X		X		
2	¿Considera usted que una de los causas de confusión en el mercado sea la dificultad para discernir una marca? DIMENSION 2: PERDIDAS ECONÓMICAS	X		X		X		X		
1	¿Esta usted de acuerdo que una de las consecuencias de la competencia desleal puede generar pérdidas económicas dentro de las empresas debido a la falta de protección de los signos distintivos?	X		X		X		X		
2	¿Considera usted que la imitabilidad de la marca puede provenir si la propiedad intelectual presenta su identificación con sus características evitando que se vea afectado por actos de competencia desleal? DIMENSION 3: APROVECHAMIENTO INDEBIDO	X		X		X		X		
1	¿Considera usted que la imitación de un signo distintivo busca vulnerar los derechos de la propiedad industrial y la competencia?	X		X		X		X		
2	¿Esta usted de acuerdo que la propiedad industrial puede alertar a los consumidores para que no sean inducidos a error a efectos de que se ve vulneren sus preferencias de elección?	X		X		X		X		
3	¿Esta usted de acuerdo que la competencia desleal puede generar afectación al prestigio y reputación dentro de un mercado?	X		X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Si

Opción de aplicabilidad: Aplicada No aplicable

Apellidos y nombres del juez valdador: DR NG ABOG CABRERA CUETO YDA COSTA 06076309

Especialidad del valdador: DOTTOR EN DIR E CHD

Lima, 8 de 5 del 2023

- Veracidad: El libro comprende el contenido sobre temáticas
- Relevancia: El libro es apropiado para memorar el componente o dimensión específica del constructo
- Claridad: Se encorren en situaciones algunas el enunciado del libro, es coherente, exacto y directo
- Utilidad: Los libros publicados son valiosos para recibir la información


Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE PROPIEDAD INDUSTRIAL

N	DIMENSIONES / Items	Pertinencia		Relevancia		Claridad		Suficiencia		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
DIMENSION 1: DISEÑO INDUSTRIAL										
1	¿Usted considera que el diseño industrial condiciona las expectativas estéticas de un producto dentro de un mercado?	X		X		X		X		
2	¿Usted considera que la percepción de los aspectos estéticos de servicio influye en el diseño industrial al momento de diseñarse?	X		X		X		X		
DIMENSION 2: SIGNOS REGISTRADOS										
1	¿Considera usted que las palabras como parte de los signos figurativos son importantes al momento de seleccionar un servicio?	X		X		X		X		
2	¿Considera usted que los signos figurativos influyen en la identificación de un servicio por medio de la utilización de las letras?	X		X		X		X		
3	¿Considera usted que los signos forman parte de los signos figurativos para describir una marca?	X		X		X		X		
DIMENSION 3: SIGNOS DISTINTIVOS										
1	¿Cree usted que es importante resguardar los signos distintivos para evitar que otras empresas obtengan beneficios sin el debido reconocimiento?	X		X		X		X		
2	¿Cree usted que las figuras provocan una respuesta positiva en los clientes a causa de que tienen signos distintivos asociados al momento de elegir un servicio?	X		X		X		X		
3	¿Cree usted que la incorporación de los elementos gráficos como parte de los signos distintivos generan identidad propia dentro de una empresa?	X		X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): SI

Opinión de aptitud: Adecuada No adecuada []
 Aplicable después de corregir []

Apellidos y nombres del juez validador: Muy Abog. ALEGRA TRUJILLO LINA DELIA DNI: 08237138
Especialidad del validador: DEPENDE PENAL

Lince, 08 de feb. N° del 2023

- *Pertinencia: El bien corresponde al concepto sobre: herramienta.
- *Relevancia: El bien es apropiado para representar el componente o dimensión específica del constructo.
- *Claridad: Se entiende con claridad alguna el enunciado del bien, su concepto, estado y destino.
- *Suficiencia: Los bienes presentados son suficientes para medir la dimensión.


Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE COMPETENCIA DESLEAL.

N. *	DIMENSIONES / Items	Pertinencia ¹		Reliabilidad ²		Claridad ³		Suficiencia ⁴		Sugerencias
		SI	No	SI	No	SI	No	SI	No	
	DIMENSION 1: CONFUSION EN EL MERCADO									
1	¿Considera usted que una de las causas de la confusión de las marcas de los signos distintivos puede generar pérdidas económicas para identificar un servicio de elección del consumidor?	X		X		X		X		
2	¿Considera usted que una de las causas de confusión en el mercado sea la dificultad para diferenciar una marca?	X		X		X		X		
	DIMENSION 2: PÉRDIDAS ECONÓMICAS									
1	¿Existe usted de acuerdo que una de las consecuencias de la competencia desleal puede generar pérdidas económicas dentro de las empresas debido a la falta de protección de los signos distintivos?	X		X		X		X		
2	¿Considera usted que la irreversibilidad de la marca puede preservar a la propiedad industrial presente su identificación con sus consumidores evitando que se vea afectado por actos de competencia desleal?	X		X		X		X		
	DIMENSION 3: APROVECHAMIENTO INDEBIDO									
1	¿Considera usted que la irradación de un signo distintivo hace valer los derechos de la propiedad industrial y la competencia?	X		X		X		X		
2	¿Esta usted de acuerdo que la propiedad industrial puede servir a los consumidores para que no sean inducidos a error a efectos de que se ve vulneren sus preferencias de elección?	X		X		X		X		
3	¿Esta usted de acuerdo que la competencia desleal puede generar afectación al prestigio y popularidad de un mercado?	X		X		X		X		

Observaciones (precisar si hay sustitución):

SI

Opción de aplicabilidad: Aplicable No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador: DOMÍNGO AYOZA CECILIA

Especialidad del validador: DEPENCIÓN F.V.P.

DNI: 08239138

Lince, 08 de Mayo del 2023

Verdadero: El bien corresponde al concepto técnico formulado.

Falsificado: El bien es apropiado para representar el componente o
ordenación específica del constructo

Cantidad: Se encuentra un elemento alguna el enunciado del bien, su
cantidad, estado y destino

Justificación: Los bienes presentados son suficientes para emitir la
determinación


Firma del Experto Informante.

CENTRADO DE VALDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE PROPIEDAD INDUSTRIAL

N	DIMENSIONES / Items	Pertinencia		Relevancia		Claridad		Suficiencia		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	DIMENSION 1: DISEÑO INDUSTRIAL ¿Usad considero que el diseño industrial condicione los aspectos estéticos de un producto dentro de un mercado?	X		X		X		X		
2	¿Usad considero que la percepción de los aspectos estéticos de servicio influya en el diseño industrial al momento de diseñarse?	X		X		X		X		
	DIMENSION 2: SIGNOS REGISTRATIVOS									
1	¿Considero usted que las palabras como parte de los signos figurativos son importantes al momento de seleccionar un servicio?	X		X		X		X		
2	¿Considero usted que los signos figurativos influyen en la identificación de un servicio por medio de la utilización de las letras?	X		X		X		X		
3	¿Considero usted que los números forman parte de los signos figurativos para describir una marca?	X		X		X		X		
	DIMENSION 2: SIGNOS DISTINTIVOS									
1	¿Cree usted que es importante resguardar los signos distintivos para proveer que otras empresas obtengan copiado sus símbolos de identificación?	X		X		X		X		
2	¿Cree usted que los signos provocan una respuesta positiva en los clientes a causa de que sirven signos descriptivos exclusivos al momento de elegir un servicio?	X		X		X		X		
3	¿Cree usted que la incorporación de los elementos gráficos como parte de los signos distintivos generan identidad propia dentro de una empresa?	X		X		X		X		

Observaciones [prestar al hay suficiencia]: SI

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador: Dr. Myr Anep

OLIVERES VIAL MARCELO DNE: 08641109

Especialidad del validador: A. DE CONSTITUCION Y DDAH

Lima, 11 de 05 del 2023

Paralelo: El item corresponde al concepto hecho formulado.

Relevante: El item es apropiado para responder el componente o dimension específica del constructo

Validado: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del item, su contexto, exacto y preciso

Validación: Los items puntuados son suficientes para emitir la decisión



Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE COMPETENCIA DESLEAL.

N°	DIMENSIONES / Items	Pertinencia		Relevancia		Claridad		Suficiencia		Sugerencias
		SI	No	SI	No	SI	No	SI	No	
1	DIMENSION 1: CONFUSIÓN EN EL MERCADO ¿Considera usted que una de las causas de la competencia desleal respecto a los signos distintivos puede generar dificultad para identificar un servicio de elección del consumidor?	X		X		X		X		
2	¿Considera usted que una de las causas de confusión en el mercado sea la dificultad para diferenciar una marca? DIMENSION 2: PÉRDIDAS ECONÓMICAS	X		X		X		X		
1	¿Está usted de acuerdo que una de las consecuencias de la competencia desleal puede generar pérdidas económicas dentro de las empresas debido a la falta de protección de los signos distintivos?	X		X		X		X		
2	¿Considera usted que la irreversibilidad de la inversión puede prevenirse si la propiedad industrial preserva su identificación con sus consumidores evitando que se vea afectado por actos de competencia desleal? DIMENSION 3: APROVECHAMIENTO INDEBIDO	X		X		X		X		
1	¿Considera usted que la imitación de un signo distintivo busca vulnerar los derechos de la propiedad industrial y la competencia?	X		X		X		X		
2	¿Esta usted de acuerdo que la propiedad industrial puede alertar a los consumidores para que no sean inducidos a error a efectos de que se se vulneren sus preferencias de elección?	X		X		X		X		
3	¿Esta usted de acuerdo que la competencia desleal puede generar afectación al prestigio y popularidad dentro de un mercado?	X		X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

SI

Opinión de aplicabilidad: Aplicable No aplicable Después de corregir **08671109**

Apellidos y nombres del Juez validador: **Dr. Mgjr Abog. OLIVERES VIAL, RAELÉN E** **ONE**

Especialidad del validador: **DO CONSTITUCIONAL Y DPAH**

Lince, **11** de **05** del 2023


.....
Firma del Experto Informante.

*Pertinencia: Si bien corresponde al concepto hecho formulado.

*Relevancia: El item es apropiado para representar el componente e dimensión específica del consulto

*Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del item, su contenido, alcance y alcance

*Suficiencia: Los items planteados son suficientes para medir la dimensión

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE PROPIEDAD INDUSTRIAL.

N	DIMENSIONES / Items	Pertinencia		Relevancia		Cantidad		Suficiencia		Sugerencias
		SI	No	SI	No	SI	No	SI	No	
DIMENSION 1: DISEÑO INDUSTRIAL										
1	¿Usted considera que el diseño industrial condiciona los aspectos estéticos de un producto dentro de un servicio?	X		X		X				X
2	¿Usted considera que la percepción de los aspectos estéticos de servicio influye en el éxito industrial al momento de identificarlo?	X		X		X		X		
DIMENSION 2: SIGNOS REGISTRADOS										
1	¿Considera usted que las palabras como parte de los signos figurativos son importantes al momento de seleccionar un servicio?	X		X		X		X		
2	¿Considera usted que los signos figurativos influyen en la identificación de un servicio por medio de la utilización de los logos?	X		X		X		X		
3	¿Considera usted que los signos formales para de los signos figurativos para describir un servicio?	X		X		X		X		
DIMENSION 3: SIGNOS DISTINTIVOS										
1	¿Cree usted que es importante resguardar los signos distintivos para proveer que otras empresas puedan producir sus servicios de identificación?	X		X		X		X		
2	¿Cree usted que los signos provocan una respuesta positiva en los clientes a causa de que tienen signos distintivos asociados al momento de elegir un servicio?	X		X		X		X		
3	¿Cree usted que la incorporación de los elementos gráficos como parte de los signos distintivos genera identidad propia dentro de una empresa?	X		X		X		X		

Observaciones (prestar al hay suficiente?) SI

Opinión de aplicabilidad: Adecuada X Aplicada después de corregir 1 No aplicable 1

Apellidos y nombres del juez validador: Dr. Miguel Ángel Enrique Rivas Arilla DNI: 07458800
Especialidad del validador: Enfermería

Lima, 7 de 05 del 2023



Firma del Experto Informante.

- ¹Participación: El item corresponde al concepto teórico formulado.
- ²Relevancia: El item es específico para representar al componente o dimensión específica del constructo
- ³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del item, es conciso, exacto y directo
- ⁴Utilizabilidad: Los items planteados son suficientes para medir la dimensión

CERTIFICADO DE VALORES DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE COMPETENCIA DESLEAL.

N	DIMENSIONES / Items	Pertinencia		Relevancia		Claridad		Suficiencia		Sugerencias
		SI	No	SI	No	SI	No	SI	No	
1	DIMENSION 1: CONFUSIÓN EN EL MERCADO ¿Considera usted que una de las causas de la competencia desleal respecto a los signos distintivos puede generar dificultad para identificar un servicio de elección del consumidor?	X		X		X		X		
2	¿Considera usted que una de las causas de confusión en el mercado sea la difusión para obtener un mayor? DIMENSION 2: PÉRDIDAS ECONÓMICAS	X		X		X		X		
1	¿Esta usted de acuerdo que una de las consecuencias de la competencia desleal pueda generar pérdidas económicas dentro de las empresas debido a la falta de protección de los signos distintivos?	X		X		X		X		
2	¿Considera usted que la irreversibilidad de la inversión pueda prevalecer si la propiedad industrial prevalece su identificación con sus consumidores evitando que se vea afectado por actos de competencia desleal? DIMENSION 3: AFROVECHAMIENTO INDEBIDO	X		X		X		X		
1	¿Considera usted que la imitación de un signo distintivo busca vulnerar los derechos de la propiedad industrial y la competencia?	X		X		X		X		
2	¿Esta usted de acuerdo que la propiedad industrial pueda afectar a los consumidores para que no sean inducidos a error a efectos de que se ve vulneren sus preferencias de elección?	X		X		X		X		
3	¿Esta usted de acuerdo que la competencia desleal pueda generar afectación al prestigio y popularidad dentro de un mercado?	X		X		X		X		

Observaciones (premiar si hay sustanciar): SI

Opción de aplicabilidad: Aplicable

No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador: Orlando Cesar Enrique Rivas Nullo

DNI:

074381839

Especialidad del validador:

Urea, 11 de 05 del 2023

*Referencia: El ítem corresponde al concepto técnico (tema/s).

*Materia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

*Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

*Güicibilidad: Los ítems planteados son adecuados para medir la dimensión


Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE PROPIEDAD INDUSTRIAL

N	DIMENSIONES / Items	Pertinencia		Relevancia		Claridad		Suficiencia		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	DIMENSION 1: DISEÑO INDUSTRIAL ¿Considera usted que el diseño industrial influye en el éxito comercial?	X		X		X		X		
2	¿Considera usted que el signo social influye en el éxito industrial?	X		X		X		X		
1	DIMENSION 2: SIGNOS REPRESENTATIVOS ¿Considera usted que los palabras como parte de los signos figurativos son importantes al momento de seleccionar un servicio?	X		X		X		X		
2	¿Considera usted que los signos figurativos influyen en la identificación de un servicio por medio de la utilización de las letras?	X		X		X		X		
3	¿Considera usted que los números forman parte de los signos figurativos para describir una marca?	X		X		X		X		
1	DIMENSION 3: SIGNOS DISTINTIVOS ¿Cree usted que es importante requerir los signos distintivos para prevenir que otras empresas actúen copiando sus métodos de identificación?	X		X		X		X		
2	¿Cree usted que los figuras poseen una relevancia positiva en los casos a causa de que sirven signos distintivos exclusivos al momento de elegir un servicio?	X		X		X		X		
3	¿Cree usted que la incorporación de los elementos gráficos como parte de los signos distintivos genera identidad propia dentro de una empresa?	X		X		X		X		

Observaciones (prestar el hay suficiente?) SI

Opinión de aplicabilidad: Aplicable No aplicable
 Aplicación y nombres del juez validador: Permy-Rojas
 Especialidad del validador: Psicología
 Fecha: 10/05/2017
 Lugar: Caracas
 DNI: 41815381

Preferencia: El bien corresponde al concepto técnico firmado.

Relevancia: El bien es apropiado para representar al componente o división específica del contrato.

Cantidad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del bien, sus condiciones, estado y destino.

Lima, de de 2023



Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABE COMPETENCIA DESLEAL

N°	DIMENSIONES / Items	Pertinencia 1		Varianza 2		Carga 3		Suficiencia 4		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	DIMENSION 1: CONFUSION EN EL MERCADO ¿Considera usted que una de las causas de la competencia desleal respecto a los signos distintivos puede generar dificultad para identificar un servicio de elección del consumidor?	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
2	¿Considera usted que una de las causas de confusión en el mercado sea la dificultad para diferenciar una marca? DIMENSION 2: PERIODOS ECONOMICAS	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
1	¿Está usted de acuerdo que una de las consecuencias de la competencia desleal puede generar pérdidas económicas dentro de las empresas debido a la falta de protección de los signos distintivos?	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
2	¿Considera usted que la Intromisión de la Invencción puede prevenirse si la propiedad Industrial previene su identificación con sus consumidores evitando que se vea afectado por actos de competencia desleal? DIMENSION 3: AFROVECHAMIENTO INDEBIDO	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
1	¿Considera usted que la intusión de un signo distintivo busca vulnerar los derechos de la propiedad industrial y la competencia?	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
2	¿Está usted de acuerdo que la propiedad Industrial puede alertar a los consumidores para que no sean inducidos a error a efectos de que se ve vulneren sus preferencias de elección?	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
3	¿Está usted de acuerdo que la competencia desleal puede generar afectación al prestigio y popularidad dentro de un mercado?	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

SI

Opinión de especialidad: Aprobada

No aprobada

Apellidos y nombres del juez valeador: Dr. Mir Alexander

Dr. Mir Alexander

Dr. Mir Alexander

Dr. Mir Alexander

Dr. Mir Alexander

Dr. Mir Alexander

Dr. Mir Alexander

Dr. Mir Alexander

Especialidad del valeador:.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

*Pertinencia: bien corresponde al concepto técnico. Erróneo.

*Relevancia: El bien es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

*Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del bien, su contenido, estado y derecho

Mostrado 1 1

DNI: 4481981

Lima, 02 de 06 del 2023



Firma del Experto Informante.

Anexo 4: Cuestionarios resueltos por encuestados

ENCUESTA SOBRE "LA PROPIEDAD INDUSTRIAL Y LAS CARACTERÍSTICAS RESPECTO A LA COMPETENCIA DESLEAL EN LA PROVINCIA DE CAÑETE 2022"

El desarrollo de la presente encuesta anterior aportará los conocimientos necesarios para determinar de qué manera la problemática respecto a la Propiedad Industrial se afecta con actos de Competencia Desleal en Cañete 2022.

I.- CONSENTIMIENTO INFORMADO

Declaro que he sido informado e invitado a participar de la presente encuesta, además, me ha explicado que la información registrada será confidencial y anónima y que, pasado rubrico del mismo cuando lo decida, un cual esto implique responsabilidad para mi persona, aceptando voluntariamente a participar:

SI No

II.- ASPECTOS GENERALES:

1. ¿Qué edad tiene?

- a) Entre 16 a 20 años Entre 21 a 30 años
- b) Entre 31 a 40 años Entre 41 a 70 años

2. Sexo

- a) Masculino Femenino

III. PREGUNTAS DEL CUESTIONARIO

1) ¿Considera usted que el diseño industrial influye en el éxito comercial?

- a) Completamente de acuerdo De acuerdo
- b) Neutral Desacuerdo
- c) Completamente desacuerdo

2) ¿Considera usted que el objeto social influye en el diseño industrial?

- a) Completamente de acuerdo De acuerdo
- b) Neutral Desacuerdo
- c) Completamente desacuerdo

3) ¿Considera usted que las patentes como parte de los signos figurativos son importantes al momento de seleccionar un servicio?

- a) Completamente de acuerdo De acuerdo
- b) Neutral Desacuerdo
- c) Completamente desacuerdo

4) ¿Considera usted que los signos figurativos influyen en la identificación de un servicio por medio de la utilización de las letras?

- a) Completamente de acuerdo De acuerdo
- b) Neutral Desacuerdo
- c) Completamente desacuerdo

5) ¿Considera usted que los números forman parte de los signos figurativos para describir una marca?

- a) Completamente de acuerdo De acuerdo
- b) Neutral Desacuerdo
- c) Completamente desacuerdo

6) ¿Cree usted que es importante resguardar los signos distintivos para prevenir que otras empresas afecten copiendo sus simbólicas de identificación?

- a) Completamente de acuerdo De acuerdo
- b) Neutral Desacuerdo
- c) Completamente desacuerdo

7) ¿Cree usted que las figuras provocan una respuesta positiva en los clientes a causa de que tienen signos distintivos exclusivos al momento de elegir un servicio?

- a) Completamente de acuerdo De acuerdo
- b) Neutral Desacuerdo
- c) Completamente desacuerdo

8) ¿Cree usted que la incorporación de los elementos gráficos como parte de los signos distintivos generan identidad propia dentro de una empresa?

- a) Completamente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Neutral
- d) Desacuerdo
- e) Completamente desacuerdo

9) ¿Considera usted que una de las causas de la competencia desleal respecto a los signos distintivos puede generar dificultad para identificar un servicio de elección del consumidor?

- a) Completamente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Neutral
- d) Desacuerdo
- e) Completamente desacuerdo

10) ¿Considera usted que una de las causas de confusión en el mercado sea la dificultad para diferenciar una marca?

- a) Completamente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Neutral
- d) Completamente desacuerdo

11) ¿Esta usted de acuerdo que una de las consecuencias de la competencia desleal puede generar pérdidas económicas dentro de las empresas debido a la falta de protección de los signos distintivos?

- a) Completamente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Neutral
- d) Desacuerdo
- e) Completamente desacuerdo

12) ¿Considera usted que la intromisión de la inversión pueda presentarse si la propiedad industrial presenta su identificación con sus consumidores evitando que sea más afectado por actos de competencia desleal?

- a) Completamente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Neutral
- d) Desacuerdo
- e) Completamente desacuerdo

13) ¿Considera usted que la imitación de un signo distintivo busca vulnerar los derechos de la propiedad industrial y la competencia?

- a) Completamente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Neutral
- d) Desacuerdo
- e) Completamente desacuerdo

14) ¿Esta usted de acuerdo que la propiedad industrial puede alertar a los consumidores para que no sean inducidos a error a efectos de que se vulneran sus preferencias de elección?

- a) Completamente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Neutral
- d) Desacuerdo
- e) Completamente desacuerdo

15) ¿Esta usted de acuerdo que la competencia desleal puede generar afectación al prestigio y popularidad dentro de un mercado?

- a) Completamente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Neutral
- d) Completamente desacuerdo

ENCUESTA SOBRE "LA PROPIEDAD INDUSTRIAL Y LAS CARACTERÍSTICAS RESPECTO A LA COMPETENCIA DESLEAL EN LA PROVINCIA DE CAÑETE 2022"

El desarrollo de la presente encuesta anhelo reportar los conocimientos necesarios para determinar de qué manera la problemática respecto a la Propiedad Industrial se afecta con actos de Competencia Desleal en Cañete 2022.

I.- CONSENTIMIENTO INFORMADO

Declaro que he sido informado e invitado a participar de la presente encuesta, además, se me ha explicado que la información registrada será confidencial y anónima y que, puedo retirarme del mismo cuando lo decida, sin que esto implique responsabilidad para mí persona, aceptando voluntariamente a participar.

II.- ASPECTOS GENERALES.

1. ¿Cuál edad tiene?
- a) Entre 18 a 20 años SI b) Entre 21 a 30 años SI
c) Entre 31 a 40 años SI d) Entre 41 a 70 años SI
e) Más allá SI
2. Sexo Femenino
- a) Masculino Femenino

III. PREGUNTAS DEL CUESTIONARIO

- 1) ¿Considera usted que el diseño Industrial influye en el éxito comercial?
- a) Completamente de acuerdo De acuerdo
b) Neutral De desacuerdo
c) Completamente de desacuerdo
- 2) ¿Considera usted que el objeto social influye en el diseño Industrial?
- a) Completamente de acuerdo De acuerdo
b) Neutral De desacuerdo
c) Completamente de desacuerdo

- 3) ¿Considera usted que las palabras como parte de los signos figurativos son importantes al momento de seleccionar un servicio?

- a) Completamente de acuerdo De acuerdo
b) Neutral De desacuerdo
c) Completamente de desacuerdo

- 4) ¿Considera usted que los signos figurativos influyen en la identificación de un servicio por medio de la utilización de las letras?

- a) Completamente de acuerdo De acuerdo
b) Neutral De desacuerdo
c) Completamente de desacuerdo

- 5) ¿Considera usted que los números forman parte de los signos figurativos para distinguir una marca?

- a) Completamente de acuerdo De acuerdo
b) Neutral De desacuerdo
c) Completamente de desacuerdo

- 6) ¿Cree usted que es importante resguardar los signos distintivos para prevenir que otras empresas afecten copiando sus símbolos de identificación?

- a) Completamente de acuerdo De acuerdo
b) Neutral De desacuerdo
c) Completamente de desacuerdo

- 7) ¿Cree usted que los figuras provocan una respuesta positiva en los clientes a causa de que tienen signos distintivos exclusivos al momento de elegir un servicio?

- a) Completamente de acuerdo De acuerdo
b) Neutral De desacuerdo
c) Completamente de desacuerdo

8) ¿Cree usted que la incorporación de los elementos gráficos como parte de los signos distintivos generan identidad propia dentro de una empresa?

- a) Completamente de acuerdo b) De acuerdo
c) Neutral d) Desacuerdo
e) Completamente desacuerdo

9) ¿Considera usted que una de las causas de la competencia desleal respecto a los signos distintivos puede generar dificultad para identificar un servicio de elección del consumidor?

- a) Completamente de acuerdo b) De acuerdo
c) Neutral d) Desacuerdo
e) Completamente desacuerdo

10) ¿Considera usted que una de las causas de confusión en el mercado sea la dificultad para diferenciar una marca?

- a) Completamente de acuerdo b) De acuerdo
c) Neutral d) Desacuerdo
e) Completamente desacuerdo

11) ¿Está usted de acuerdo que una de las consecuencias de la competencia desleal puede generar pérdidas económicas dentro de las empresas debido a la falta de protección de los signos distintivos?

- a) Completamente de acuerdo b) De acuerdo
c) Neutral d) Desacuerdo
e) Completamente desacuerdo

12) ¿Considera usted que la imitabilidad de la inversión puede prevenirse si la propiedad industrial preserva su identificación con sus consumidores evitando que se vea afectado por actos de competencia desleal?

- a) Completamente de acuerdo b) De acuerdo
c) Neutral d) Desacuerdo
e) Completamente desacuerdo

13) ¿Considera usted que la imitación de un signo distintivo busca vulnerar los derechos de la propiedad industrial y la competencia?

- a) Completamente de acuerdo b) De acuerdo
c) Neutral d) Desacuerdo
e) Completamente desacuerdo

14) ¿Está usted de acuerdo que la propiedad industrial puede estar a los consumidores para que no sean inducidos a error a efectos de que se ve vulneren sus preferencias de elección?

- a) Completamente de acuerdo b) De acuerdo
c) Neutral d) Desacuerdo
e) Completamente desacuerdo

15) ¿Está usted de acuerdo que la competencia desleal puede generar afectar al prestigio y popularidad dentro de un mercado?

- a) Completamente de acuerdo b) De acuerdo
c) Neutral d) Desacuerdo
e) Completamente desacuerdo

ENCUESTA SOBRE "LA PROPIEDAD INDUSTRIAL Y LAS CARACTERÍSTICAS RESPECTO A LA COMPETENCIA DESLEAL EN LA PROVINCIA DE CAJETE 2022"

El desarrollo de la presente encuesta anhela oportuna los conocimientos necesarios para determinar de qué manera la problemática respecto a la Propiedad Industrial se vincula con actos de Competencia Desleal en Cajete 2022.

I.- CONSENTIMIENTO INFORMADO

Declaro que he sido informado e tratado a participar de la presente encuesta, asimismo, se me ha explicado que la información registrada será confidencial y anónima y que, puedo retirarme del mismo cuando lo decida, sin que esto implique responsabilidad para mí persona, aceptando voluntariamente a participar.

Sí No

II.- ASPECTOS GENERALES.

1. ¿Qué edad tiene?

- a) Entre 19 a 20 años b) Entre 21 a 30 años
c) Entre 31 a 40 años d) Entre 41 a 70 años

2. Sexo

- a) Masculino b) Femenino

III. PREGUNTAS DEL CUESTIONARIO

1) ¿Considera usted que el diseño industrial influye en el éxito comercial?

- a) Completamente de acuerdo b) De acuerdo
c) Neutral d) Desacuerdo
e) Completamente desacuerdo

2) ¿Considera usted que el objeto social influye en el diseño industrial?

- a) Completamente de acuerdo b) De acuerdo
c) Neutral d) Desacuerdo
e) Completamente desacuerdo

3) ¿Considera usted que las palabras como parte de los signos figurativos son importantes al momento de seleccionar un servicio?

- a) Completamente de acuerdo b) De acuerdo
c) Neutral d) Desacuerdo
e) Completamente desacuerdo

4) ¿Considera usted que los signos figurativos influyen en la identificación de un servicio por medio de la utilización de las letras?

- a) Completamente de acuerdo b) De acuerdo
c) Neutral d) Desacuerdo
e) Completamente desacuerdo

5) ¿Considera usted que los números forman parte de los signos figurativos para describir una marca?

- a) Completamente de acuerdo b) De acuerdo
c) Neutral d) Desacuerdo
e) Completamente desacuerdo

6) ¿Cree usted que es importante resguardar los signos distintivos para prevenir que otras empresas afecten copiando sus símbolos de identificación?

- a) Completamente de acuerdo b) De acuerdo
c) Neutral d) Desacuerdo
e) Completamente desacuerdo

7) ¿Cree usted que las figuras provocan una respuesta positiva en los clientes a causa de que tienen signos distintivos exclusivos al momento de elegir un servicio?

- a) Completamente de acuerdo b) De acuerdo
c) Neutral d) Desacuerdo
e) Completamente desacuerdo

8) ¿Cree usted que la incorporación de los elementos gráficos como parte de los signos distintivos generan identidad propia dentro de una empresa?

- a) Completamente de acuerdo b) De acuerdo
c) Neutral d) Desacuerdo
e) Completamente desacuerdo

9) ¿Considera usted que una de las causas de la competencia desleal respecto a los signos distintivos puede generar dificultad para identificar un servicio de elección del consumidor?

- a) Completamente de acuerdo b) De acuerdo
c) Neutral d) Desacuerdo
e) Completamente desacuerdo

10) ¿Considera usted que una de las causas de confusión en el mercado sea la dificultad para diferenciar una marca?

- a) Completamente de acuerdo b) De acuerdo
c) Neutral d) Desacuerdo
e) Completamente desacuerdo

11) ¿Esta señal de acuerdo que una de las consecuencias de la competencia desleal puede generar pérdidas económicas dentro de las empresas debido a la falta de protección de los signos distintivos?

- a) Completamente de acuerdo b) De acuerdo
c) Neutral d) Desacuerdo
e) Completamente desacuerdo

12) ¿Considera usted que la imitabilidad de la inversión puede prevenirse si la propiedad industrial previene su identificación con sus consumidores evitando que se vea afectado por actos de competencia desleal?

- a) Completamente de acuerdo b) De acuerdo
c) Neutral d) Desacuerdo
e) Completamente desacuerdo

13) ¿Considera usted que la imitación de un signo distintivo busca vulnerar los derechos de la propiedad industrial y la competencia?

- a) Completamente de acuerdo b) De acuerdo
c) Neutral d) Desacuerdo
e) Completamente desacuerdo

14) ¿Esta señal de acuerdo que la propiedad industrial puede alertar a los consumidores para que no sean inducidos a error o efectos de que se vulneren sus preferencias de elección?

- a) Completamente de acuerdo b) De acuerdo
c) Neutral d) Desacuerdo
e) Completamente desacuerdo

15) ¿Esta señal de acuerdo que la competencia desleal puede generar afectación al prestigio y popularidad dentro de un mercado?

- a) Completamente de acuerdo b) De acuerdo
c) Neutral d) Desacuerdo
e) Completamente desacuerdo

ENCUESTA SOBRE "LA PROPIEDAD INDUSTRIAL Y LAS CARACTERÍSTICAS RESPECTO A LA COMPETENCIA DESLEAL EN LA PROVINCIA DE CAÑETE 2022"

El desarrollo de la presente encuesta anónima sporting los conocimientos necesarios para determinar de qué manera la problemática respecto a la Propiedad Industrial se afecta con actos de Competencia Desleal en Cañete 2022.

I.- CONSENTIMIENTO INFORMADO

Declaro que he sido informado e invitado a participar de la presente encuesta, asimismo, se me ha explicado que la información registrada será confidencial y anónima y que, puedo retirarme del mismo cuando lo desee, sin que esto implique responsabilidad para mi persona, aceptación voluntariamente a participar.

Sí No

II.- ASPECTOS GENERALES:

1. ¿Qué edad tiene?

- a) Entre 15 a 20 años b) Entre 21 a 30 años
 c) Entre 31 a 40 años d) Entre 41 a 70 años

2. Sexo

Masculino Femenino

III. PREGUNTAS DEL CUESTIONARIO

1) ¿Considera usted que el diseño industrial influye en el éxito comercial?

- a) Completamente de acuerdo b) De acuerdo
 c) Neutral d) Desacuerdo
 e) Completamente desacuerdo

2) ¿Considera usted que el objeto social influye en el diseño industrial?

- a) Completamente de acuerdo b) De acuerdo
 c) Neutral d) Desacuerdo
 e) Completamente desacuerdo

3) ¿Considera usted que las palabras como parte de los signos figurativos son importantes al momento de seleccionar un servicio?

- a) Completamente de acuerdo b) De acuerdo
 c) Neutral d) Desacuerdo
 e) Completamente desacuerdo

4) ¿Considera usted que los signos figurativos influyen en la identificación de un servicio por medio de la utilización de las letras?

- a) Completamente de acuerdo b) De acuerdo
 c) Neutral d) Desacuerdo
 e) Completamente desacuerdo

5) ¿Considera usted que los números forman parte de los signos figurativos para describir una marca?

- a) Completamente de acuerdo b) De acuerdo
 c) Neutral d) Desacuerdo
 e) Completamente desacuerdo

6) ¿Cree usted que es importante resguardar los signos distintivos para prevenir que otras empresas afecten copiando sus símbolos de identificación?

- a) Completamente de acuerdo b) De acuerdo
 c) Neutral d) Desacuerdo
 e) Completamente desacuerdo

7) ¿Cree usted que las figuras provocan una respuesta positiva en los clientes a causa de que tienen signos distintivos exclusivos al momento de elegir un servicio?

- a) Completamente de acuerdo b) De acuerdo
 c) Neutral d) Desacuerdo
 e) Completamente desacuerdo

- 8) ¿Cree usted que la incorporación de los elementos gráficos como parte de los signos distintivos generan identidad propia dentro de una empresa?
- a) Completamente de acuerdo b) De acuerdo
 c) Neutral d) Desacuerdo
 e) Completamente desacuerdo
- 9) ¿Considera usted que una de las causas de la competencia desleal respecto a los signos distintivos puede generar dificultad para identificar un servicio de elección del consumidor?
- a) Completamente de acuerdo b) De acuerdo
 c) Neutral d) Desacuerdo
 e) Completamente desacuerdo
- 10) ¿Considera usted que una de las causas de confusión en el mercado sea la dificultad para diferenciar una marca?
- a) Completamente de acuerdo b) De acuerdo
 c) Neutral d) Desacuerdo
 e) Completamente desacuerdo
- 11) ¿Esta usted de acuerdo que una de las consecuencias de la competencia desleal puede generar pérdidas económicas dentro de las empresas debido a la falta de protección de los signos distintivos?
- a) Completamente de acuerdo b) De acuerdo
 c) Neutral d) Desacuerdo
 e) Completamente desacuerdo
- 12) ¿Considera usted que la irremediabilidad de la inversión puede prevenirse si la propiedad industrial preserva su identificación con sus consumidores evitando que sea usado afectado por actos de competencia desleal?
- a) Completamente de acuerdo b) De acuerdo
 c) Neutral d) Desacuerdo
 e) Completamente desacuerdo
- 13) ¿Considera usted que la imitación de un signo distintivo busca vulnerar los derechos de la propiedad industrial y la competencia?
- a) Completamente de acuerdo b) De acuerdo
 c) Neutral d) Desacuerdo
 e) Completamente desacuerdo
- 14) ¿Esta usted de acuerdo que la propiedad industrial puede alertar a los consumidores para que no sean inducidos a error a efectos de que se se vulneren sus preferencias de elección?
- a) Completamente de acuerdo b) De acuerdo
 c) Neutral d) Desacuerdo
 e) Completamente desacuerdo
- 15) ¿Esta usted de acuerdo que la competencia desleal puede generar afectación al prestigio y popularidad dentro de un mercado?
- a) Completamente de acuerdo b) De acuerdo
 c) Neutral d) Desacuerdo
 e) Completamente desacuerdo

Anexo 5: Fotografías de encuestados







