



Autónoma
Universidad Autónoma del Perú

**FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS
ESCUELA PROFESIONAL DE DERECHO**

TESIS

ANÁLISIS DE INFRACCIÓN DEL DERECHO DE MARCA POR
INDECOPI Y GAMARRA EN EL 2020

**PARA OBTENER EL TÍTULO DE
ABOGADA**

AUTORA

MAYRA ALEJANDRA MEDINA BARRANCA

ASESOR

DR. LUIS ANGEL ESPINOZA PAJUELO

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

PROMOCIÓN Y DEFENSA DE LOS DERECHOS HUMANOS EN EL
ÁMBITO NACIONAL E INTERNACIONAL

LIMA, PERÚ, JULIO DE 2020

DEDICATORIA

La presente investigación está dedicada a mis padres; ya que ellos han sido mi motivación principal a lo largo de toda mi vida.

Gracias por sus consejos, paciencia, perseverancia y apoyo incondicional, todo lo que soy en la actualidad, es reflejo de su sabia manera de educar. Para ustedes, Rosario y Alberto, gracias por todo.

AGRADECIMIENTOS

Mi agradecimiento a cada una de las personas que contribuyeron con conocimiento y experiencia para el desarrollo y culminación del presente trabajo de investigación.

ÍNDICE

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTOS	iii
RESUMEN	viii
ABSTRACT	ix
INTRODUCCIÓN	x
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	
1.1 Planteamiento del problema	14
1.2 Formulación del problema	14
1.3 Objetivos.....	14
1.4 Justificación e importancia de la investigación	15
1.5 Limitaciones de la investigación	16
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	
2.1 Antecedentes relacionados con la investigación	19
2.2 Bases teóricas y científicas.....	23
2.3 Marco referencial.....	26
2.4 Base legal.....	28
2.5 Jurisprudencia.....	30
2.6 Definiciones.....	33
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO	
3.1 Tipo y diseño de investigación.....	36
3.2 Población y muestra.....	36
3.3. Hipótesis.....	37
3.4 Variables - operacionalización.....	37
3.5 Operalización de las variables	38
3.6 Métodos e instrumentos de investigación	40
3.7 Análisis estadístico e interpretación de los datos.....	40
CAPÍTULO IV: ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	
4.1 Resultados de la investigación.....	42

4.2 Resultados obtenidos para la prueba de hipótesis	52
--	----

CAPÍTULO V: DISCUSIONES, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Discusiones.....	56
----------------------	----

5.2 Conclusiones.....	57
-----------------------	----

5.3 Recomendaciones.....	57
--------------------------	----

REFERENCIAS

ANEXOS

LISTA DE TABLAS

- Tabla 1 Operación de variable independiente
- Tabla 2 Operación de variable dependiente
- Tabla 3 Primera pregunta de la primera variable
- Tabla 4 Segunda pregunta de la primera variable
- Tabla 5 Tercera pregunta de la primera variable
- Tabla 6 Cuarta pregunta de la primera variable
- Tabla 7 Quinta pregunta de la primera variable
- Tabla 8 Primera pregunta de la segunda variable
- Tabla 9 Segunda pregunta de la segunda variable
- Tabla 10 Tercera pregunta de la segunda variable
- Tabla 11 Cuarta pregunta de la segunda variable
- Tabla 12 Quinta pregunta de la segunda variable
- Tabla 13 Prueba de hipótesis general
- Tabla 14 Prueba de hipótesis específicas 1,2,3

LISTA DE FIGURAS

- Figura 1 Triangulación de interpretación
- Figura 2 Triangulación de teorías
- Figura 3 Pregunta 1 de la variable 1
- Figura 4 Pregunta 2 de la variable 1
- Figura 5 Pregunta 3 de la variable 1
- Figura 6 Pregunta 4 de la variable 1
- Figura 7 Pregunta 5 de la variable 1
- Figura 8 Pregunta 1 de la variable 2
- Figura 9 Pregunta 2 de la variable 2
- Figura 10 Pregunta 3 de la variable 2
- Figura 11 Pregunta 4 de la variable 2
- Figura 12 Pregunta 5 de la variable 2

ANÁLISIS DE INFRACCIÓN DEL DERECHO DE MARCA POR INDECOPI Y GAMARRA EN EL 2020

MAYRA ALEJANDRA MEDINA BARRANCA

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL PERÚ

RESUMEN

La actual tesis de investigación aborda el siguiente problema general: análisis de infracción del derecho de marca por INDECOPI y Gamarra. Se presenta como objetivo general: el análisis de los factores de la infracción del derecho de marca, asimismo, las técnicas disponibles para ello son explicativo – descriptivo, partiendo de los resultados que se obtuvo de la interpretación, de la encuesta y explicación de los problemas que fueron motivo de la presente investigación. En tal sentido obtuvimos conclusiones acerca de dicha problemática, la cuales ulteriormente viabilizarán las recomendaciones pertinentes al caso, las cuales nos permiten reconocer las infracciones contra el derecho exclusivo de las marcas.

En referencia a las conclusiones y recomendaciones, estas se encuentran de arreglo a los objetivos planteados que permiten establecer en forma consecuente los actos correctivos por INDECOPI y la fiscalización de las empresas que configuran Gamarra. Por ende, es de considerar que, en el presente análisis de investigación, una de las principales respuestas a la problemática se da a través de una fabricación conceptual de los tres principales actos de infracción del derecho de marca: la alteración parcial y/o total de signos genéricos o específicos. En tal sentido, el presente trabajo se recurrirá a investigaciones y doctrina, además de realizar una revisión de casos y resoluciones, para así determinar los actos de infracción por interpretación y los criterios al momento de aplicar la prohibición absoluta de registro, produciendo un caos por parte de la autoridad administrativa.

Palabras clave: INDECOPI, Gamarra, infracción, derecho de marcas, análisis.

ANALYSIS OF INFRINGEMENT OF TRADEMARK RIGHT BY INDECOPI AND GAMARRA IN 2020

MAYRA ALEJANDRA MEDINA BARRANCA

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL PERÚ

ABSTRACT

The current research thesis addresses the following general problem: trademark infringement analysis by INDECOPI and Gamarra. It is presented as a general objective: the analysis of the factors of the infringement of the trademark law, likewise, the techniques available for this are explanatory - descriptive, based on the results obtained from the interpretation, the survey and explanation of the problems that were the reason for this investigation. In this sense, we obtained conclusions about said problem, which will subsequently make possible the pertinent recommendations to the case, which allow us to recognize the infringements against the exclusive right of the trademarks.

In reference to the conclusions and recommendations, these are in accordance with the objectives set that allow to establish consequently the corrective actions by INDECOPI and the audit of the companies that make up Gamarra.

Therefore, it is to be considered that, in the present research analysis, one of the main responses to the problem occurs through a conceptual fabrication of the three main acts of infringement of trademark law: the partial alteration and / or the total alteration of generic or specific signs. In this sense, the present work will resort to investigations and doctrine, in addition to conducting a review of cases and resolutions, in order to determine the acts of infringement by interpretation and the criteria at the time of applying the absolute prohibition of registration, producing chaos by part of the administrative authority.

Keywords: INDECOPI, Gamarra, infringement, trademark law, analysis.

INTRODUCCIÓN

La prognosis de esta investigación está circunscrita al campo teórico y práctico, cuya necesidad está vinculada a la actualización científica, y como quiera que todo la sociología del conocimiento científico está en constante cambio conforme al avance de la ciencia y tecnología, mediante el cual permite a través de los nuevos paradigmas, desarrollar determinadas investigaciones, tal es el caso de “análisis de infracción sobre el derecho de marcas por INDECOPI y Gamarra”, trae como secuela de los posibles daños derivado del derecho de marca.

Cabe señalar que el sistema jurídico se basa en el método integrante de derechos en la propiedad industrial, es decir es aquel derecho que tiene una persona sobre la creación de una marca, puesto que esta nace con el registro lo que viene hacer el reconocimiento de una creación.

Es por ello que el mando administrativo se encuentra representado por INDECOPI, quien formalizar dicho registro ya que ha sido constituida para salvaguardar y proteger el derecho de marca, y el diverso signo distintivo presentados por la persona para que cumpla con los requisitos de forma y de fondo requeridos en el ordenamiento jurídico. Uno de los principales requisitos que personifica la marca, esencialmente, poseer una aptitud distintiva.

Cabe resaltar la exigencia individual en pro de los derechos de marca, ya que se encuentra presente en la norma como ausencia de la misma, puesto que la norma no se ocupa de prevenir los actos de infracción sobre el derecho de marcas, detalladamente, así como los casos que se deben considerarse denegados. Siendo los supuestos de denegación, las copias que considera la praxis administrativa, considerada como doctrina, condiciones inherentes al signo, lemas y marca. Habiendo formado cuestionamientos por los particulares que quieren proteger su signo. Toda vez que muchos de los pronunciamientos emitidos por la primera instancia específicamente la dirección de signos distintivos ha llegado a la segunda instancia; la sala de propiedad intelectual, tan solo para contender si ha cumplido con el requisito distintivo.

Por otro lado, es conveniente analizar porque ambas instancias no admiten la creación de los signos exteriorizados a registro, es así que, debemos juntar los compendios para un análisis de los diversos casos para su interpretación, y determinar el grado de evaluación que determinan el grado de cualidades del producto o servicio y no deben ser concedidas a un empresario toda vez que pertenece al dominio público por lo que no deben autorizarse, por lo que se afectaría la competencia transformándose en una competencia desleal.

Por otra parte, la subjetividad de la autoridad categoriza la interpretación y argumentación individual de los exponentes de la ley, para determinar la respuesta del consumidor, además debatiendo si el criterio que se toma es objetivo o si por el contrario existe un amplio margen de discrecionalidad, efectuando la autoridad por estas causas una interpretación muy restrictiva, vulnerando los derechos del consumidor, de manera análoga se tendría que analizar soluciones que se aproximen al producto o servicio. Considerando como problema principal: ¿Cuáles son los factores que influyen para el análisis de infracción del derecho de marca por INDECOPI y Gamarra en el 2020?

Por ende, es de considerar que, en el presente análisis de investigación, una de las principales respuestas a la presente problemática se da a través de una fabricación conceptual de los tres principales actos de infracción del derecho de marca: la alteración parcial y/o total de signos genéricos o específicos. En tal sentido, el presente trabajo se recurrirá a investigaciones y doctrina, además de realizar una revisión de casos y resoluciones, para así determinar los actos de infracción por interpretación y los criterios al momento de aplicar la prohibición absoluta de registro, produciendo un caos por parte de la autoridad administrativa.

Del mismo modo, se debe de considerar a Gamarra en la presente investigación, toda vez, que mucho de los empresarios que gravitan en Gamarra usan las marcas, signos, lemas de otras empresas para comercializar o distribuir la marca y generar incremento económico.

Capítulo I: Incluye el planteamiento del problema, la situación problemática, la formulación de los problemas general y específicos, así como los objetivos generales

y específicos. Asimismo, se menciona la justificación e importancia del trabajo, del mismo modo, las limitaciones de la investigación.

Capítulo II: Incluye el marco teórico, los antecedentes del estudio, las bases teóricas y científicas, además de la definición de términos básicos.

Capítulo III: Incluye el tipo y diseño de investigación, la población e hipótesis, del mismo modo, se desarrolla las variables y su operacionalización, y los instrumentos utilizados en el trabajo de campo.

Capítulo IV: Incluye los resultados del trabajo de campo, como la encuesta a abogados y especialistas en derecho marca.

Capítulo V: Incluye la discusión de los resultados, las conclusiones y las recomendaciones basadas en las hipótesis.

CAPÍTULO I
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Planteamiento del problema

En la realidad de la esfera social podemos percibir los constantes actos de infracción sobre el derecho de marca por INDECOPI y Gamarra en el contexto de nuestro país.

Son sinnúmero los desafíos que afrontan los creadores de marcas por parte de INDECOPI, en cuanto a su denegación de inscripción o la interpretación desfavorable al derecho de marca, asimismo se sigue vulnerando el derecho de una marca por el centro comercial “Gamarra” al permitir la multiplicación de las marcas con pequeñas o absolutas variaciones.

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Problema general

¿Cuáles son los factores que influyen para el análisis de infracción del derecho de marca por INDECOPI y Gamarra en el 2020?

1.2.2 Problemas específicos

¿Cuáles son las modalidades más frecuentes de análisis de infracción del derecho de marca por INDECOPI en el 2020?

¿Cuáles son las modalidades más frecuentes de análisis de infracción del derecho de marca por Gamarra en el 2020?

¿Cuáles son las modalidades más frecuentes del análisis de la infracción de los derechos de creación de marca, que dificulta su potencial desarrollo en el mercado de producción en el 2020?

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo general

Identificar los factores que influyen en el análisis de infracción del derecho de marca por INDECOPI y Gamarra en el 2020.

1.3.2 Objetivos específicos

Determinar los factores que influyen en el análisis de infracción del derecho de marca por INDECOPI en el 2020.

Determinar los factores que influyen en el análisis de infracción del derecho de marca por Gamarra en el 2020.

Determinar los factores que influyen del análisis de la infracción de los derechos de creación marca, que dificulta su potencial desarrollo en el mercado de producción en el 2020.

1.4 Justificación e importancia de la investigación

La presente tesis se sostiene en el análisis de infracción del derecho de marca por INDECOPI y Gamarra; en materia de desarrollo social. Tal es así que se busca su aplicabilidad para viabilizar económica y financieramente los negocios en el Perú. La investigación es de tipo descriptivo - explicativo. Es decir, efectúa un análisis a través de la investigación colaborativa, es decir que la investigación se va logrando por la participación de un grupo de personas quienes facilitan la información para analizar el análisis de infracción del derecho de marca por INDECOPI y Gamarra en el 2020.

1.4.1 Justificación teórica

Esta investigación de proposición, busca identificar el espíritu jurídico de la justicia basándose en teorías, principios y normas. La presente investigación se encuentra justificada, pues nos permite llenar un espacio en el que los negocios nacionales se encuentran expuestos a los actos de infracción al derecho de marca y

su uso especial que el derecho mostrarse para los titulares de esta propiedad industrial, como sabemos muchos de los actos se encuentran en contra del ordenamiento jurídico en base a una confusa interpretación. Por ende, el derecho de marca confiere a su titular el derecho de uso exclusivo y absolutista de monopolizar en el tráfico económico.

1.4.2 Justificación metodológica

En el exterior metodológico, se emplearon los subsiguientes instrumentales: encuestas y matriz de observación de la esencia a comprender, los cuales nos valieron para recolectar o examinar antecedentes, auxiliando de este carácter al axioma de nociones que incluso actualmente no presentan cambios muy bien determinados o concretos.

1.4.3 Justificación práctica

Del mismo modo, el actual compromiso de exploración de información y hechos es importante pues permite dilucidar el análisis de infracción del derecho de marca por INDECOPI y gamarra.

1.5 Limitaciones de la investigación

En la presente investigación se presentaron algunas dificultades, detalladas a continuación:

1.5.1 Limitación temporal

Se presentó limitaciones de tiempo, respecto que la investigadora se encontraba laborando, sin embargo, no fue impedimento para desarrollar el presente trabajo de investigación; desarrollándose inter diario y los fines de semana.

1.5.2 Limitación económica

La investigadora no realizó gastos de asesores en la presente tesis, por cuanto

la conducción y división del mismo, está siendo dirigido como un curso dentro de la malla curricular de la universidad Autónoma del Perú. Los gastos que se pudieron realizar son mínimos y es autofinanciado por la investigadora, para lograr consolidar el presente trabajo de investigación.

1.5.3 Limitación bibliográfica

La presente investigación se ha encontrado limitada en cuanto a los materiales bibliográficos por el problema del Covid-19, por lo que se ha apoyado en mayoría por referencias de carácter virtual. Entre las cuales están los libros revisados en base de datos de gran prestigio, revistas y tesis de Universidades, artículos y páginas indizadas.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes relacionados con la investigación

2.1.1 Antecedentes internacionales

Hohmann y Venturelli (2008) en su tesis de pregrado denominada: *Régimen de propiedad industrial en la legislación chilena, análisis comparativo con el adpic y tratados de libre comercio suscritos por Chile*, concluyó que la propiedad industrial se define como el derecho de dominio que se ejerce sobre una obra inmaterial novedosa, que tiene una finalidad industrial, definida y útil, la cual permite distinguir un producto o un servicio de sus similares. Por regla general, este derecho se protege por un período determinado, que al transcurrir hace cesar todas las prerrogativas que le la protección legal. En el caso de las marcas, la situación es diferente, debido a que existe la posibilidad de renovar indefinidamente el registro de las mismas. Una de sus características es aquella que se basa en la territorialidad. Es decir, el ámbito de lo protegido se refiere sólo al territorio nacional, a menos que un tratado internacional permita de alguna forma la protección fuera del mismo. No obstante, lo anterior, es posible advertir que como la territorialidad se ha visto mermada por el fenómeno conocido como la “internacionalización de la propiedad industrial”. Es por ello que, mundialmente la tendencia económica ha estado dirigida al derribamiento de fronteras y a la apertura de los mercados, lo que ha traído aparejado, de una manera u otra, diversos intentos de armonización a nivel internacional de las disposiciones relativas a propiedad industrial. En tal sentido, la búsqueda de esta unión de criterios y los diversos tratados que se ocupan de regular estas materias, conforman este fenómeno. Así las cosas, resulta fácil constatar como la propiedad industrial constituye un área obligada en la agenda de las negociaciones internacionales y en la creación de zonas de libre comercio en todo el mundo.

Argel (2011) precisó en su tesis de pregrado denominada: *Consideraciones al régimen de limitaciones y excepciones que incorpora la ley nº 20.435 a la ley nº 17.336 de propiedad intelectual: equilibrio de intereses en el acceso a las obras y protección de la propiedad*, que el avance de la ciencia y tecnología son evidentes y por ello, los acelerados cambios tecnológicos, además del acceso y uso exponencial de internet, paradigma de la nueva economía y con ello la abrumadora cantidad de

información y contenidos protegidos con derechos de autor que circulan por sus redes, pone de manifiesto que el concepto debía ser reformulado centrándolo en el equilibrio entre los dos conceptos anteriormente expresados: por un lado se debe promover la creación e innovación pero a su vez, que el acceso de los usuarios a la información y conocimiento no se trunque con medidas extremadamente proteccionistas de la propiedad privada. En tal sentido señalo que la legislación chilena pretende hacerse cargo del dilema, estableciendo un criterio para abordar el problema; protección de la propiedad y trato justo. No obstante, las limitaciones y excepciones que consagra el concepto de trato justo pueden resultar insuficientes para abordar y entender lo que está sucediendo hoy en día en lo que se denomina la sociedad de la información.

Alarcón (2012) en su tesis de pregrado denominada: *La protección de la marca en el derecho de propiedad intelectual*, desarrollada en la universidad regional Autónoma de los Andes de Ecuador, precisó que, registrar o legalizar la marca presenta como consecuencia, que se evite la apropiación indebida de marcas que no son de la creatividad de una persona; en tal sentido, para que se refleje una adecuada protección del creador en relación a los derechos de propiedad intelectual, se debe velar por la protección de su talento ya sea por creación o innovación de las diferentes marcas. Para ello, se debe concientizar y capacitar sobre la falta de registro de marcas en el derecho de propiedad intelectual del área de diseño gráfico y publicitario de esta manera se va prevenir la violación del derecho constitucional al desarrollo de las capacidades creativas.

Rojas y Carvajal (2013) en su tesis de pregrado titulada: *Los delitos en contra de la ley de propiedad intelectual en la legislación ecuatoriana*, realizada y publicada en la universidad central de Ecuador, precisó que los derechos que se confieren a las personas sobre las creaciones de su mente, se engloban en el derecho a usar, gozar y disponer de un bien, es decir es un tipo especial de dominio, y por ende tener como objeto la protección de bienes intangibles, por lo tanto, el derecho de marca se le ha otorgado dentro de un lugar privilegiado como motor del desarrollo económico, bienestar social y cultural de los pueblos, además como incentivo a la inversión, y generador de nuevas ideas. Siendo un derecho patrimonial, la propiedad intelectual, es imperante protegerla, y hacerla valer frente al Estado. Su modificación y aplicación,

serán integrales, referente a las penas y sanciones, y así combatir la piratería, falsificaciones y la competencia desleal.

Alamar (2015) señaló en sus tesis de pregrado titulada: *La marca no inscrita*, que el derecho de marcas se asienta sobre los principios de inscripción y de especialidad como garantes de la seguridad jurídica y del tráfico mercantil, principios que son reconocidos en el derecho positivo de la república de Chile y que, pese a ello, deben ser cuestionados. Asimismo, reflexiono sobre las funciones que tradicionalmente se han atribuido a la marca y que sin duda debemos reconsiderar, pues, en mayor o menor medida se encuentran en plena crisis en cuanto a su significación y relevancia, como consecuencia de la revolucionaria transformación que viene experimentando el mercado y sus operadores en las últimas décadas. No puede sin embargo pasarse por alto que el legislador insiste en exigir el registro de la marca por razones de seguridad del tráfico pero, como tendremos ocasión de exponer este principio, de suyo, aparece enfrentado de forma permanente con el nacimiento del signo. Para comprender este conflicto basta con plantearse cómo nace una marca: como una creación intelectual y, como tal, fruto de un momento de inspiración o de un tiempo de trabajo y de reflexión, pero en todo caso requiere una posterior materialización para llevar a cabo su explotación, a través de su incorporación al producto, del etiquetaje, de su difusión en campañas publicitarias o mediante cualesquiera otras técnicas de marketing, entre las que no debe descartarse la realización de sondeos de opinión o la venta a muestra bajo la expectativa de conocer, al menos indiciariamente, de acuerdo al grado de aceptación esperado.

2.1.2 Antecedentes nacionales

Lajo (2013) señaló en su investigación de pregrado titulada: *Análisis de las principales prohibiciones absolutas en el registro marcario: los signos genéricos, descriptivos y usuales*, establecida en la Pontificia Universidad Católica del Perú; que en el ordenamiento peruano rige el sistema constitutivo de derechos en materia de propiedad industrial. Es decir, el derecho de una persona sobre un signo distintivo (más específicamente, sobre una marca) nace con el registro de la misma. Por lo que, la autoridad administrativa encargada de efectuar dicho registro tiene la obligación de analizar que el signo presentado cumpla con los requisitos de forma y de fondo

contemplados en la normativa nacional y comunitaria. Entre los requisitos de fondo tenemos que el signo debe cumplir, esencialmente, con poseer una aptitud distintiva. Sin embargo, la exigencia de la distintividad se encuentra presente en la norma como carencia o ausencia de la misma, es decir, la normativa no se ocupa de desarrollar dicho concepto si no que, por el contrario, señala en qué casos se debe considerar que el signo debe ser denegado.

Castro (2016) en su tesis de pregrado denominada: *La falta de distintividad de las eco-marcas y su incidencia en los derechos del consumidor*, desarrollada en la universidad Privada del Norte; señaló que para determinar la incidencia que tienen las marcas que utilizan el prefijo “eco”, inscritas en el registro de signos distintivos del instituto nacional de defensa de la competencia y protección de la propiedad intelectual (INDECOP), se debe conocer el contenido esencial de los derechos del consumidor teniendo como horizonte temporal el periodo comprendido entre los años 2006 a 2015. Asimismo, se explica el alcance normativo del convenio de París, la convención de Washington, el acuerdo sobre los aspectos de los derechos de propiedad intelectual relacionados con el comercio, el acuerdo de promoción comercial del Perú – Estados Unidos, la decisión 486 de la comunidad andina de naciones y el decreto legislativo N° 1075. Por lo que, llegó a la conclusión de que la inscripción de las marcas que utilizan el prefijo “eco” en el registro de signos distintivos de INDECOP, incide en el contenido esencial de los derechos del consumidor.

Morales (2016) en su tesis de pre grado titulada: *La protección de la identidad del negocio: entre marcas y nombres comerciales*, desarrollada y aplicada en la universidad Privada de Piura; señaló que finalidad que recae en la propiedad industrial son los llamados signos distintivos, debido a que estas figuras permiten a los consumidores, puedan obtener información respecto de las actividades comerciales, productos y/o servicios que ofrecen los proveedores a diestra y siniestra. Es por eso que se les atribuye entre sus principales funciones la indicación de determinado origen empresarial y la condensación de una determinada reputación, en tal sentido, hoy en día, una de las interrogantes más comunes que se plantean los empresarios es si su negocio se encuentra realmente protegido, o si es que existe alguien aprovechándose de la reputación de sus productos o servicios. Y es que la aparición de nuevos empresarios está en pleno apogeo, a diario se crean negocios,

empresas, marcas, nombres comerciales, etc, dentro de todo el auge comercial, teniendo implicancias jurídicas, que muchas veces no son contempladas por los agentes comerciales al momento de la formación de nuevas empresas.

Solano (2019) expresó en su tesis de pre grado denominada: *El registro de marca – requisito obligatorio para el otorgamiento de las licencias de funcionamiento. ciudad de Huancayo, período 2016 – 2017*, que los establecimientos comerciales que utilizan nombres de marcas registradas de terceros perjudican la actividad comercial del producto o servicio, es por ello que, el registro de una marca resulta eminentemente figurativo y nominal ya que no se respeta ni cumple el objetivo principal de exclusividad, conforme con los resultados de la investigación los establecimientos comerciales que más utilizan los signos, colores, de marcas registradas son las boticas y farmacias siendo nulo el trabajo de INDECOPI, que no fiscaliza el uso ilegal y evidencia los problemas fácticos. Es importante señalar que el uso ilegal causa daños económicos y desprestigio por el mal servicio y/o producto adquirido por el consumidor sin ninguna responsabilidad directa del tercero que utiliza la marca.

2.2 Bases teóricas y científicas

2.2.1 Bases teóricas – científicas

Las bases teóricas se basan en el desarrollo de conocimientos expresados por conocedores de los temas relacionados a la presente investigación, respecto a los que tocaremos a continuación, por ende, se comprende un conjunto de ideas y puntos de vistas distintos.

2.2.2 Teorías que respaldan la investigación

2.2.2.1. Teorías generales

Lo más relevantes es la protección de los derechos vulnerados por la autoridad, funcionarios públicos o terceros frente a la protección de la creación humana teniendo como fin marcar, signos, lemas, canciones et.

A. Teoría de los derechos humanos

Nikken (1994) sostiene en su teoría de los derechos humanos, que el derecho de las marcas, son símbolos fundamentales supra individuales en coexistencia con la esfera sustantiva del derecho de toda persona, donde se busca la protección de múltiples derechos reconocidos por la carta nacional y la carta internacional de los pueblos.

B. Teoría del “priming” o preparación propuesta

Roldán (2010) señala que la teoría del “priming” o preparación propuesta por Shanto Iyengar y Donald Kinder, hace referencia a las teorías psicológicas para persuadir la mentalidad y actitud del consumidor en el mercado, se basa en las redes de asociación que tenemos establecidas en nuestra memoria. Se aplica mediante un recuerdo, concepto o una sensación queda facilitada en la activación del cerebro durante un tiempo limitado, de todo lo que está asociado con ellos, en tal sentido, el priming ha de ser muy sutil, para que así la persona objeto del estímulo no sea consciente de como está siendo influenciada, aun sabiendo que se encuentra en un marco de influencia, como es una exposición publicitaria.

C. Teoría de la elección racional

Vidal (2008) expresa que la teoría de la elección racional es un estudio analítico del principio de la selección individual. Es decir, en relación a lo “racional” generalmente hace referencia a que las personas son conscientes a sus elecciones en el marco de las preferencias.

D. Teoría conductista

Pradas (2018) sostiene que la teoría conductista planteada por Skinner, se

desarrolla de la medición analítica que recae en los trabajos a partir de conductas observables y medidas, teniendo en consideración el comportamiento base sujeto a estímulos para su observación, así como influir con carácter positivo o negativo para el resultado final.

2.2.2.2 Teorías específicas

A. Teoría del pensamiento lateral

Bono (1969) señala que la teoría del pensamiento lateral se desarrolla en relación a la resolución de problemas en referencia al pensamiento creativo. En ese sentido, el poder del pensamiento lateral para la creación de nuevas ideas se encuentra basada en el pensamiento que presenta un sujeto en la medición de su realidad a través de estrategias o algoritmos no ortodoxos, ignorando o evitando todo tipo de pensamiento lógico. Por tal tonto, se pretende cambiar un patrón habitual de pensamiento por un patrón distinto de evaluación de resultados.

B. Teoría de la interpretación

Guastini (2015) sostiene que la teoría de la interpretación constituye una absoluta destreza para demostrar y reflexionemos sobre un texto normativo y sobre hechos fácticos, basándose en el criterio jurídico y común.

C. Teoría general de los signos de distintivos

Villalba (2014) sostiene que la teoría de los signos distintivos se desarrollada en el ámbito jurídico se basa en las distintas muestras o peculiaridades, como pueden ser: la imagen de una persona, la voz de una persona. Es decir, todo lo que sea capaz de diferenciar mediante información relevante objetos o personas similares. Ahora bien, en referencia a los derechos de propiedad intelectual, los signos distintivos permiten que un creador pueda delimitar y/o diferenciar su producto y/o servicio que se encuentre en el mercado.

D. Teoría de la libre competencia

Freyre (2015) precisa que la teoría de la libre competencia se desarrolla sobre la base de la libertad para conducirse en el desarrollo de elección de comprar o vender dentro de la esfera económica, además la libre competencia se da en referencia a la relación que se presenta entre personas naturales y/o jurídicas que se encuentran sujetas la creación y protección de los signos distintivos, que gozan de personalidad subjetiva y sustantiva en el marco legal.

2.3 Marco referencial

Se ha vuelto más que normal, natural que los consumidores confíen plenamente en los productos y servicios comercializados bajo una misma marca que presente determinados niveles de calidad y que éstos se mantengan a través del tiempo. Aunque, si se tiene en cuenta que la marca indica una determinada procedencia empresarial, cabe esperar, en términos prácticos, que los productos y/o servicios señalados con una misma marca presenten patrones homogéneos y constantes de calidad. Esto constituye un verdadero reto o mejor dicho debe ser un deber del empresario para no defraudar a sus clientes. Este deber empresarial o económico, sin embargo, cabe señalar, no se traduce en una obligación jurídica de que el titular de la marca avale que todos los productos signados con la marca producida por él o por un tercero con su consentimiento ostenten niveles homogéneos de calidad que dispone.

2.3.1 Breve reseña histórica

En base a una retrospectiva en el tiempo nos remontarnos a la antigua Grecia para encontrar los primeros ejemplos de reconocimiento de la creatividad y el trabajo intelectual. En el año 330 a.c, una ley ateniense ordenó que se depositaran en los archivos de la ciudad copias exactas de las obras de los grandes clásicos. Entonces, los libros eran copiados en forma manuscrita, por consiguiente, el costo de las copias era muy alto y su número total muy limitado. Este hecho, sumado a la escasez de personas capacitadas para leer y en condiciones de poder adquirirlas, determinó el nacimiento de un interés jurídico específico que proteger. La imprenta inventada por Gutenberg a mediados del siglo XV, y el descubrimiento del grabado producen transformaciones radicales en el mundo. Con la imprenta aumenta la producción y

reproducción de libros en grandes cantidades y a bajo costo. La posibilidad de utilizar la obra se independiza de la persona de su autor. Nace entonces la necesidad de regular el derecho de reproducción de las obras, aunque llevaría varios siglos más delimitar los caracteres actuales. Primero apareció bajo la forma de “privilegios”. Estos privilegios eran monopolios de explotación que el poder gubernativo otorgaba a los impresores y libreros, por un tiempo determinado, a condición de haber obtenido la aprobación de la censura y de registrar la obra publicada. Con la derogación del sistema de los privilegios nació el derecho de autor como lo conocemos en la actualidad, y la moderna legislación sobre la materia. El fin de esa etapa comenzó en Inglaterra y se debió a la influencia del pensamiento de John Locke. Desde finales del siglo XVIII fue tomando fuerza una corriente de opinión favorable a la libertad de imprenta y a los derechos de los autores, un movimiento que defendía los derechos de los autores frente a los impresores y libreros que había obtenido el privilegio de censurar los escritos. En 1710, a pesar de las fuertes resistencias que opusieron impresores y libreros, llegó a la cámara de los comunes un proyecto de ley conocido como el “estatuto de la reina Ana”, que acabó con el privilegio real de 1557 establecido a favor de la stationers company, quien ostentaba el monopolio de la publicación de libros en Inglaterra. En 1763 en España, el rey Carlos III dispuso, por real ordenanza, que el privilegio exclusivo de imprimir una obra sólo podía otorgarse a su autor y debía negarse a toda comunidad secular o regular. En Francia, el proceso de reconocimiento de derechos a los autores tuvo su origen en los litigios que, desde principios del siglo XVIII, mantuvieron los impresores y libreros “privilegiados” de París con los no “privilegiados”. El gobierno de Luis XVI intervino en la cuestión dictando, en agosto de 1777, seis decretos en los que reconoció al autor el derecho a editar y vender sus obras, creándose así dos categorías diferentes de privilegios, los de los editores y los reservados a los autores (WikiEoi, 2012).

El reconocimiento del derecho individual del autor a la protección de su obra se afianza a finales del siglo XVIII a través de la legislación que se dicta en los Estados Unidos y en también en Francia, las dos naciones modernas.

Posteriormente a este siglo, muchos países incluyeron en sus constituciones nacionales los fundamentos de acción legal para la creación de la marca entre los derechos fundamentales del individuo. Finalmente, en el siglo XX el derecho de autor

es universalmente reconocido como derecho del individuo, en la Declaración Universal de los Derechos Humanos de 1948 (Schmitz, 2013).

2.4 Base legal

2.4.1 Principios

A. Principio de territorialidad que rige el derecho de marca

La regla general en el principio de territorialidad es que se protege las marcas registradas, esto en referencia que el registro y la protección se dará en un determinado campo geográfico, es decir los efectos jurídicos que emanan de un registro de marca siempre se encontraran limitadas, para su protección y circulación (Dato jurídico, 2019).

B. Principio registrales constitutivos de derecho

Mediante este principio como lo señala el ordenamiento jurídico se busca proteger a la persona que ha registrado la marca como suya, es decir es el creador que goza con los beneficios de la titularidad de derecho, el mismo que podrá ejercer acciones legales en situaciones que observe que su derecho es vulnerado por terceros (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, [Ompi], 2016).

2.4.2 Constitución política de 1993

Artículo 2: nos indica la existencia de la libre competencia, dando cuenta que las personas jurídicas como personas naturales están sujetas a crear y proteger sus signos distintivos, los mismos que gozan de una personalidad subjetiva y sustantiva en el marco legal.

2.4.3 Ley de propiedad industrial - decreto ley N° 823:

Artículo 128: Se concibe por marca un símbolo que sirva para diversificar en el mercado y las empresas los mercados y mercancías de una persona u otra

persona. Así mismo, se precisa los tipos y/o categorías de los signos distintivos que se encuentran sujetos a protección y registro.

2.4.4 Decisión 486 - régimen común sobre propiedad industrial:

Artículo 134: Se refiere a los instrumentos que conforman una marca y/o cualquier símbolo que sea competente para distinguir productos y/o servicios en el mercado. Como, por ejemplo: las palabras o combinación de palabras; las imágenes, figuras, símbolos, gráficos, logotipos, monogramas, retratos, etiquetas, emblemas y escudos; los sonidos y los olores; las letras y los números; un color delimitado por una forma, o una combinación de colores; productos, sus envases o envolturas; mezcla de los signos o medios

2.4.5 Código de protección y defensa del derecho del consumidor – ley N° 29571

Artículo 13: Se refiere a la finalidad de la ley N° 29571, la cual se basa en la protección del consumidor frente a la publicidad en el mercado a la hora de querer adquirir un producto y/o servicio.

2.4.6 Convenios

- Convenio de Paris para la protección de la propiedad industrial.
- Convenio general interamericano de protección marca y comercial.
- Arreglo de Lisboa
- Convenio relativo a la protección de denominaciones de origen y su registro internacional/organización mundial de la propiedad intelectual.
- Reglamento del arreglo de Lisboa
- Reglamento del arreglo de Lisboa para la protección de denominaciones de origen y su registro internacional.

2.5 Jurisprudencia

El Tribunal constitucional del Perú, ha emitido varias resoluciones teniendo en cuenta los derechos de infracción al derecho de marcas, en la que considera, el principio de territorialidad y los principios registrales constitutivos de derecho basándose en nuestra carta política.

2.5.1 Deficiencia.

a) Deficiencia por parte de INDECOPI en el momento de la evaluación del registro de marca en primera y segunda instancia. Aplicado por el tribunal de defensa de la competencia y de la propiedad intelectual - resolución N°. 387-1998/tpi-INDECOPI.

b) Deficiencia por parte de gamarra en el momento de comercialización del producto o servicio. Aplicado por el tribunal de defensa de la competencia y de la propiedad intelectual - resolución N° 1127-1998/tpi-INDECOPI.

c) Deficiencia en el reconocimiento sobre el derecho de marca, derecho que se desmitifica por el grado de interpretación de las autoridades administrativas. Aplicado por el tribunal de defensa de la competencia y de la propiedad intelectual - resolución N° 422-1998/tpi-INDECOPI.

Triangulación de interpretación

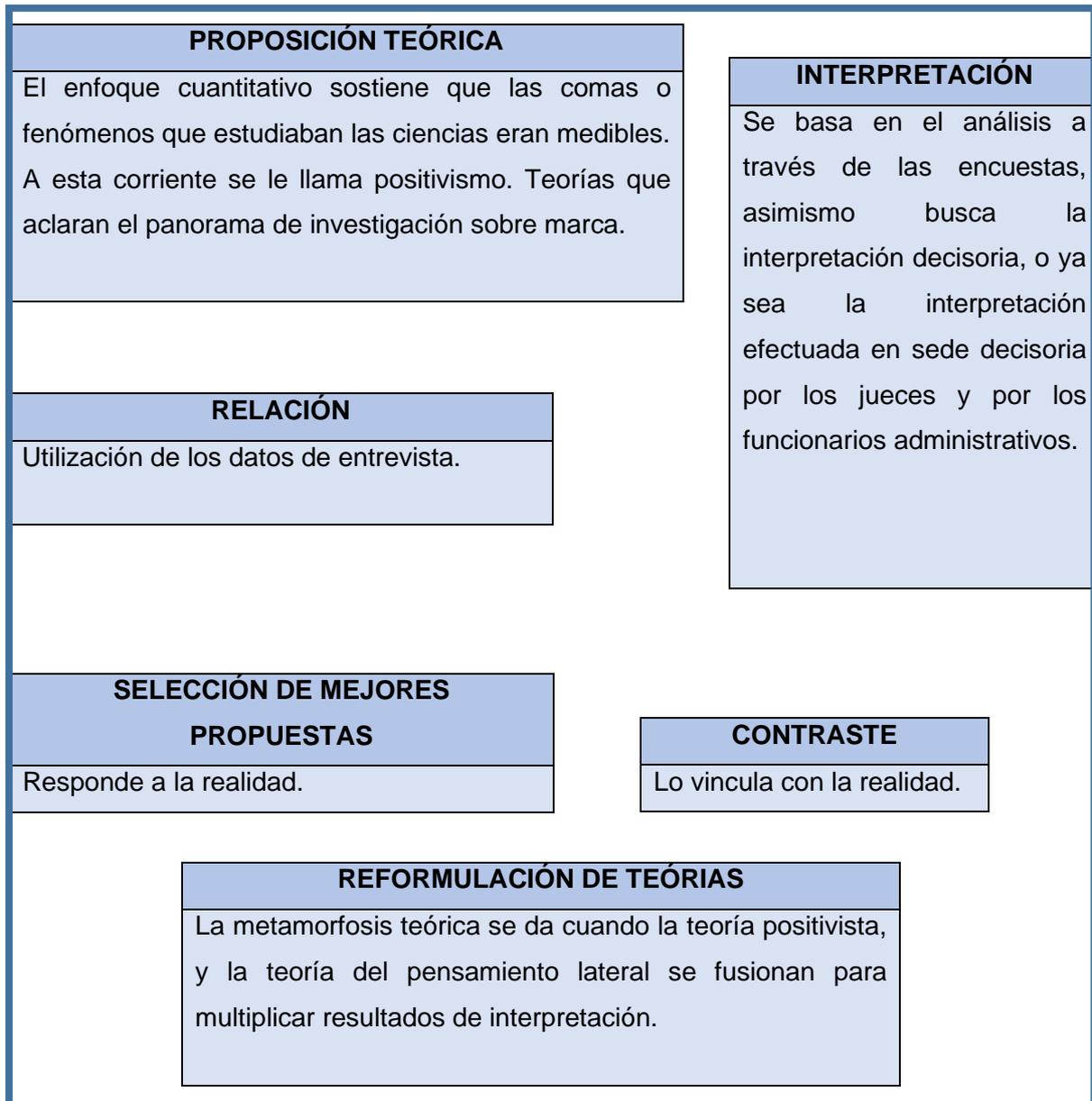


Figura 1. Triangulación de interpretación

Triangulación teórica

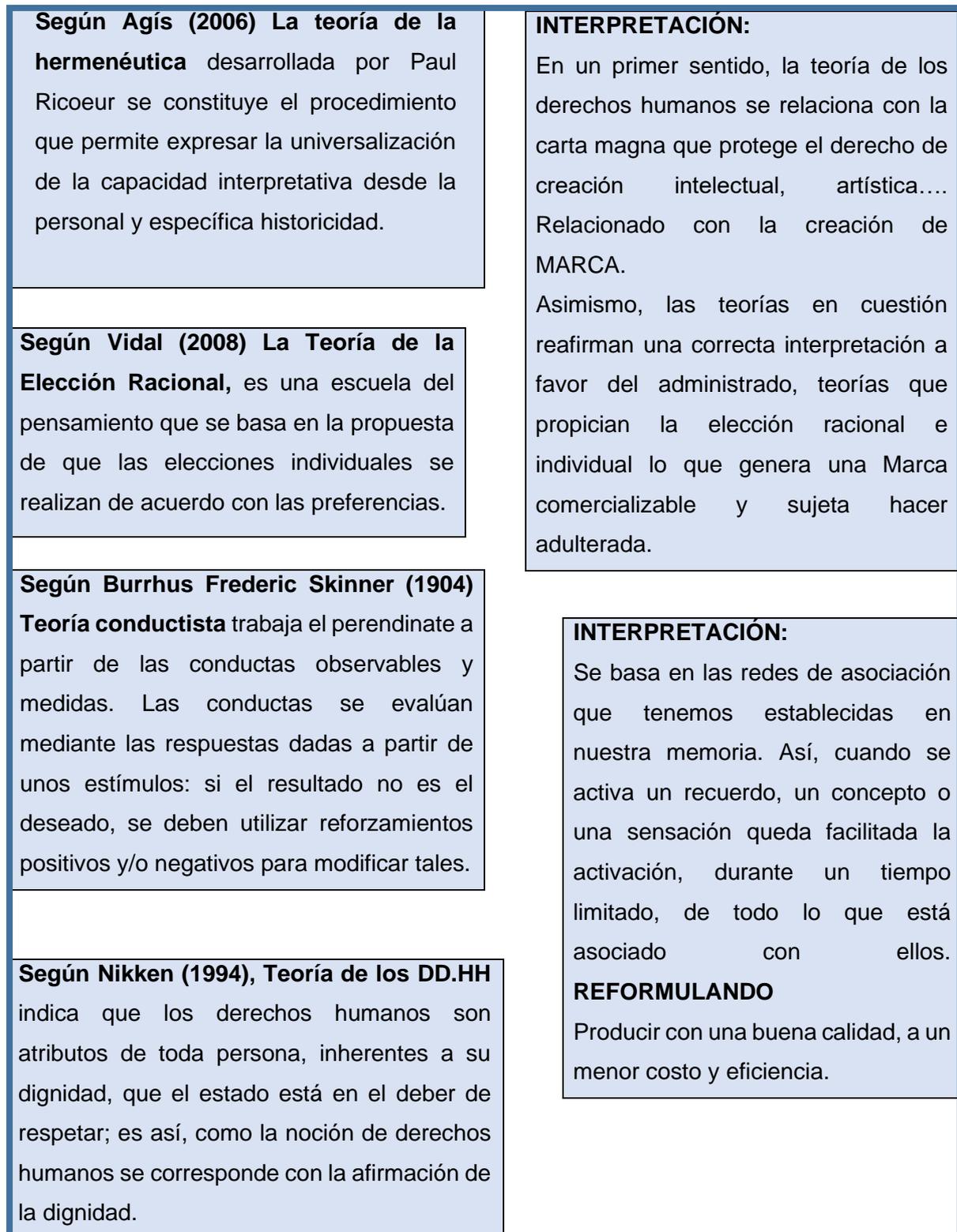


Figura 2. Triangulación de teorías

2.6 Definiciones

2.6.1 INDECOPI

El instituto nacional de defensa de la competencia y de la protección de la propiedad intelectual (INDECOPI), es un cuerpo público autónomo especialista del estado peruano, agregado a la jefatura del consejo de ministros con personería jurídica de derecho público. fue creado en noviembre de 1992, mediante el decreto ley N° 25868 (INDECOPI, 2020).

2.6.2 Gamarra

Gran centro comercial e industrial del rubro textil, ubicado geográficamente en el distrito de la victoria en lima capital de Perú, donde encontramos casi 20,000 empresas textiles entre tiendas comerciales, fabricantes y contratistas, servicios de subcontratación y proveedores de la industria textil (Gamarra, 2020).

2.6.3 Infracción

La figura paralela a la pena, la infracción administrativa es la figura paralela al delito. Una infracción no es cualquier incumplimiento del ordenamiento jurídico.

2.6.4 Derecho de marcas

El derecho de marca es un símbolo individual con uso especial de la marca, lo cual responde la pertenencia y el uso único de esta, logrando practicar todas las protecciones por la utilización no acreditada por parte de terceros; es decir, prohibir a los demás en el mercado emplear la marca registrada sin el consentimiento.

2.6.5 Análisis

Es enunciar de modo integradora, sucinta, relacionada y con frases del articulista la comprendida esencia de un contenido. Es la exposición sumaria de un tema, obra o capítulo.

2.6.6 Actos

Del latín actus, el vocablo acto está afín con el de acción, como la capacidad de llevar a cabo una explícita tarea.

2.6.7 Actos correctivos

Son medidas que se efectúan con la finalidad de aplicar lo positivo, valioso, o consonante a los fines determinados. Se corrige una vez que la equivocación ha sido descubierta, para solucionarla y en el marco de la norma vigente se trata de aplicar soluciones a los problemas sociales, institucionales o de gobierno con la finalidad de protección jurídica.

CAPÍTULO III
MARCO METODOLÓGICO

3.1 Tipo y diseño de investigación

La presente investigación es de metodología jurídica vinculada con los distintos métodos que permiten el estudio de los textos normativos siendo que el paradigma utilizado en esta es el positivista a través del cual explicamos un problema que acontece en nuestra sociedad actualmente y que tiene relación con las normas jurídicas estudiadas sobre el análisis de infracción del derecho de marca por INDECOPI y Gamarra.

3.1.1 Tipo de investigación

- **Explicativo:** La presente tesis da a conocer la intervención de un análisis ante los actos de infracción sobre el derecho de marcas por INDECOPI y Gamarra, siendo estas mismas instituciones el radio de jurisdicción para la medición.
- **Descriptiva:** En la presente tesis se aplicarán los problemas que existen para los titulares de derecho de la marca (los múltiples actos de infracción por parte de INDECOPI y Gamarra).

3.1.2 Diseño de investigación

El presente trabajo de investigación es explicativo puesto que, tiene un plan para obtener respuestas a sus interrogantes o constatar las hipótesis. Es así como elaboramos estrategias para ubicar el problema a investigar con coherencia y lógica al recolectarlas, para que el desarrollo del problema sea eficiente.

3.2 Población y muestra

- **Población:** Operadores del derecho de Lima – Perú.
- **Muestra:** Para probar esta tesis se realizó una encuesta a 10 operadores legales.

3.3 Hipótesis

3.3.1 Hipótesis general

- Existen factores que influyen en el análisis de infracción del derecho de marca por INDECOPI y Gamarra en el 2020.

3.3.2 Hipótesis específicas

- Existen factores que influyen en el análisis de infracción del derecho de marca por INDECOPI en el 2020.
- Existen factores que influyen en el análisis de infracción del derecho de marca por Gamarra en el 2020.
- Existen factores que influyen en el análisis de la infracción de los derechos de creación marca, que dificulta su potencial desarrollo en el mercado de producción en el 2020.

3.4. Variables – operacionalización

Teniendo así que en esta investigación las variables son:

- **Variable 1:** Análisis de infracción del derecho de marca.
- **Variable 2:** Derecho de marcas

3.5 Operacionalización de las variables

Tabla 1

Variable independiente: Análisis de infracción de derecho de marca

DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA DE VALOR
DE INFRACCION DE DERECHO DE MARCA	Sanciones	1. ¿Usted considera que INDECOPI vulnera el derecho de marca en sus pronunciamientos debiendo sujetarse a una acción correctiva y reformadora?	SI NO
		2. ¿considera usted que las multas impuestas por INDECOPI son convenientes cuando no se aprobó el registro de marca de una empresa?	
	Multas	3. ¿cree usted que INDECOPI desempeña medidas correctoras por la vulneración de derechos de marca?	
	Acciones correctivas	4. ¿Usted considera que las multas impuestas por INDECOPI son las adecuadas?	
		5. ¿Considera usted que INDECOPI es deficiente en cuanto a la Interpretación en cuanto al uso de lemas comerciales que expone las empresas de gamarra?	

Tabla 2

Variable dependiente: INDECOPI y Gamarra

Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de valor
INDECOPI Y GAMARRA	marcas acreditadas	6. ¿Cree usted que las infracciones del registro de marcas acreditadas están en contra de las buenas prácticas y el derecho de marca?	SI / NO
	lemas productivos	7. ¿Usted cree que INDECOPI multa por el uso indebido de los signos distintivos?	
	lemas productivos	8. ¿Usted considera que los actos de infracción al derecho de marcas son frecuentes por parte de gamarra?	
	lemas productivos	9. ¿Usted considera que las autoridades de INDECOPI cometen errores de interpretación en sus fallos?	
	signos individuales.	10. ¿Por qué cree usted que se vulnera el derecho de las marcas acreditadas por parte de gamarra?	

3.6 Métodos e instrumentos de investigación

3.6.1 Métodos de investigación

La presente investigación recurrirá al empleo de análisis de documentaciones, encuestas e investigación de campo integrado por especialistas en materia de propiedad industrial, para determinar el análisis de infracción del derecho de marca por INDECOPI y Gamarra.

3.6.2 Instrumentos de investigación

- El presente proyecto de investigación recurrirá al empleo de los instrumentos de encuesta de información.
- La recolección de datos se realizó mediante la utilización de las siguientes fuentes documentales.
- Expedientes relacionados con resoluciones que infracciones al derecho de marcas por unos errores de interpretación.

3.7. Análisis estadístico e interpretación de los datos

Para organizar estadísticamente los datos obtenidos de la aplicación de los análisis de documentos, es decir de la información obtenida, se aplicarán las fórmulas estadísticas para que en relación a las variables de mi investigación podamos arribar a conclusiones necesarias y válidas para confirmar nuestras hipótesis.

Asimismo, se recurrirá al apoyo de software de manejo estadístico como lo es EXCEL 2010 de Microsoft Office, y el programa SPSS; las mismas que servirán para obtener los resultados y el análisis propio de las conclusiones de la investigación.

CAPÍTULO IV
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 Resultados de la investigación

Para lograr el cumplimiento de los objetivos de estudio se acude al empleo de técnicas de investigación como el instrumento de expedientes. A través de la aplicación del cuestionario, se busca por INDECOPI y Gamarra los cuales dan a conocer las situaciones en las que se encuentran los titulares del derecho de marcas ante los actos de infracción.

Tabla 3
Primera pregunta de la primera variable

	%
Totalmente de acuerdo	90%
Totalmente en desacuerdo	10%
Total	100%

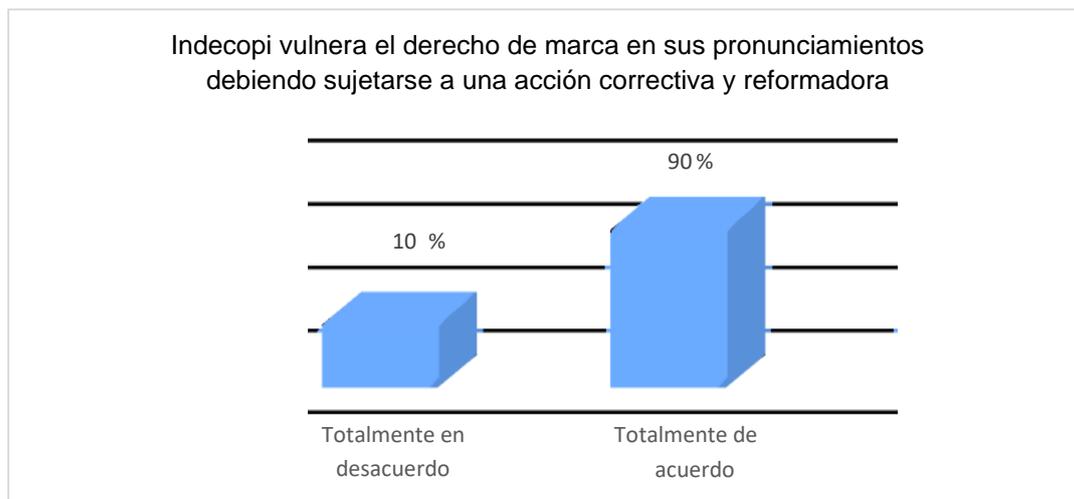


Figura 3. Pregunta 1 de la variable 1

Interpretación: En el gráfico 1 el 90% de profesionales considera que están totalmente de acuerdo respecto a la vulneración de derecho de marca por INDECOPI en sus pronunciamientos, asimismo, adecuado, 10% están totalmente en desacuerdo.

Tabla 4

Segunda pregunta de primera variable

	%
Totalmente de acuerdo	80%
Totalmente en desacuerdo	20%
Total	100%

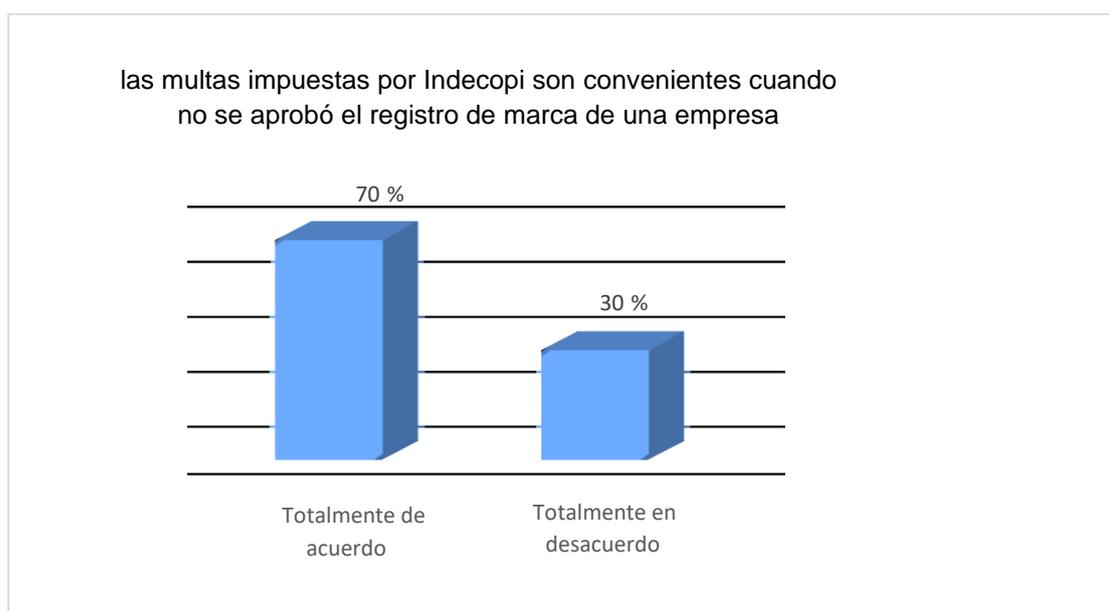


Figura 4. Pregunta 2 de la variable 1

Interpretación: En el gráfico 2 el 70% de profesionales considera que están totalmente de acuerdo respecto a las multas que INDECOPI impuso a las empresas son parcialmente adecuadas el, 30% no están en desacuerdo.

Tabla 5

Tercera pregunta de la primera variable

	%
Totalmente de acuerdo	70%
Totalmente en desacuerdo	30%
Total	100%

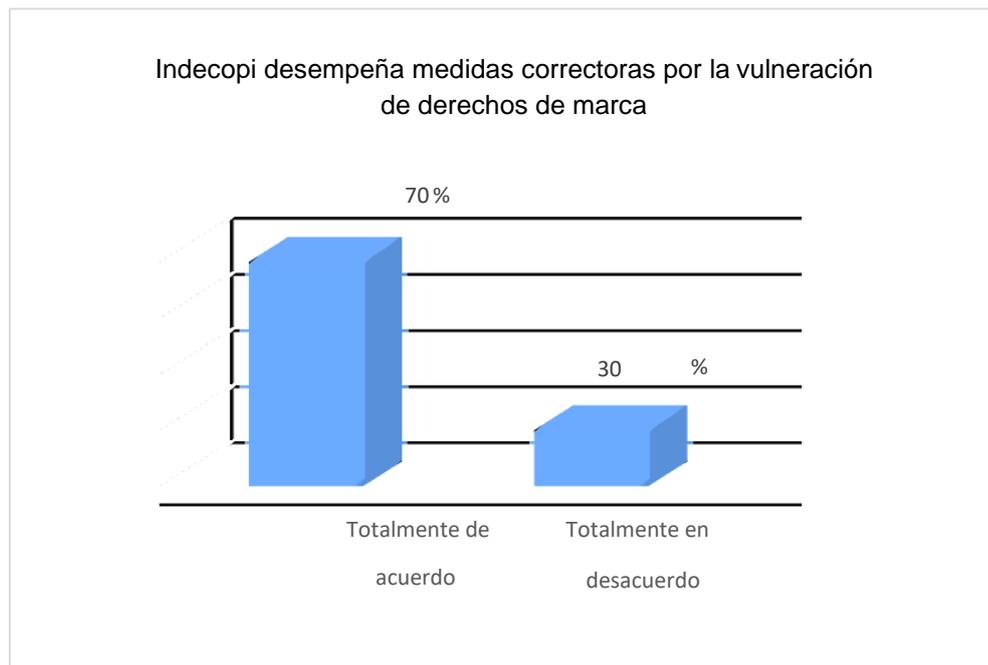


Figura 5. Pregunta 3 de la variable 1

Interpretación: En el gráfico 3 el 70% de profesionales considera que están totalmente de acuerdo respecto a las medidas correctoras por la vulneración de derechos careciendo de eficacia, y el 30 % está en desacuerdo.

Tabla 6

Cuarta pregunta de la primera variable

	%
Totalmente de acuerdo	40%
Totalmente en desacuerdo	60%
Total	100%

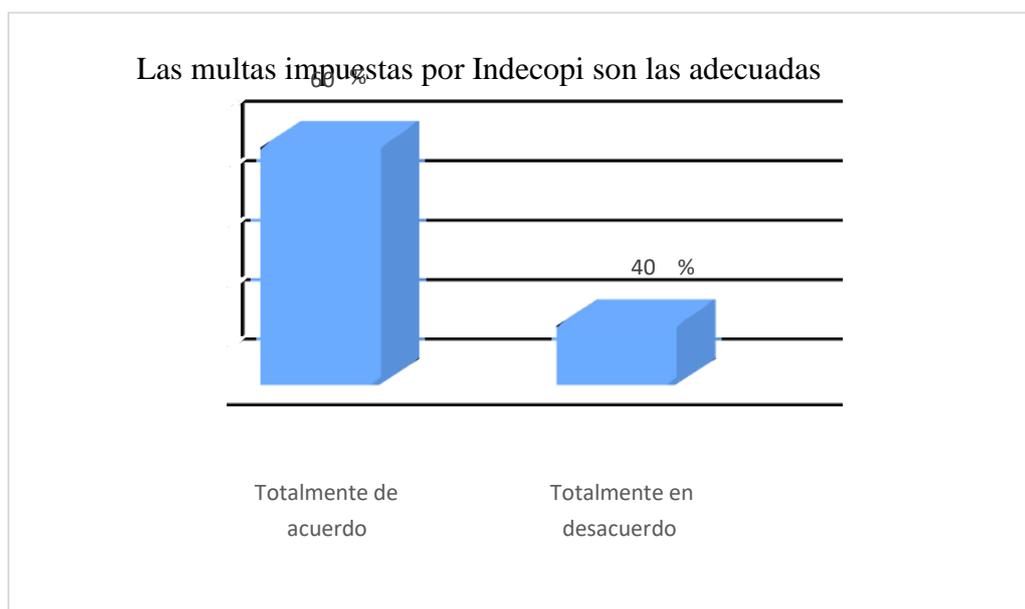


Figura 6. Pregunta 4 de la variable 1

Interpretación: En el gráfico 4 el 60% de profesionales considera que están totalmente de acuerdo respecto las multas impuestas por INDECOPI son las adecuadas según los tipos de infracciones el 40 % está totalmente en desacuerdo.

Tabla 7

Quinta pregunta de la primera variable

	%
Totalmente de acuerdo	80%
Totalmente en desacuerdo	20%
Total	100%

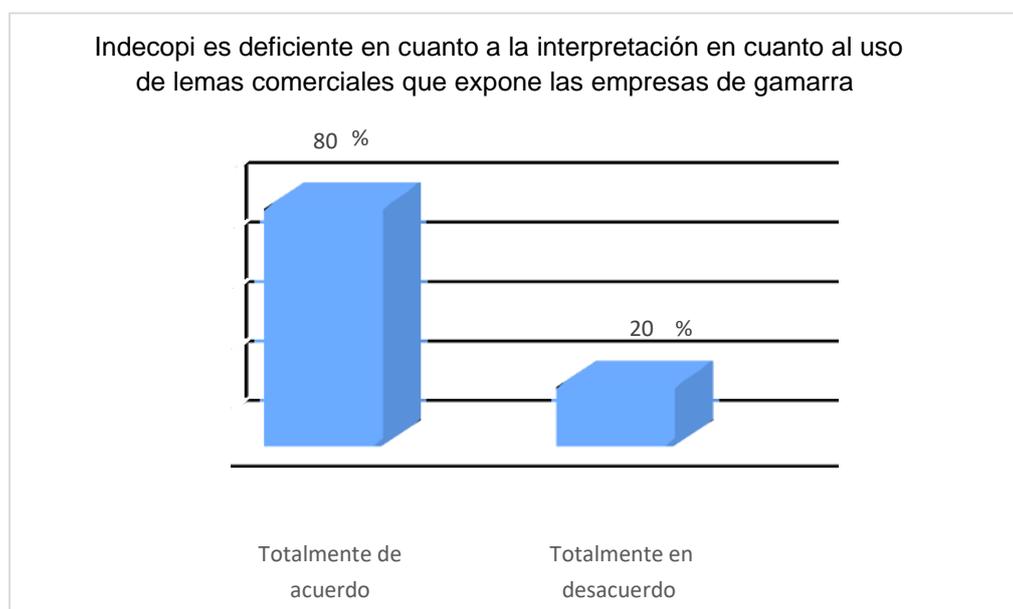


Figura 7. Pregunta 5 de la variable 1

Interpretación: En el gráfico 5 el 80% de profesionales considera que están totalmente de acuerdo respecto a las deficiencias de INDECOPI en cuanto a la interpretación, en cuanto al uso de lemas comerciales que expone las empresas de gamarra, el 20% están totalmente en desacuerdo.

Tabla 8

Primera pregunta de la segunda variable

	%
Totalmente de acuerdo	40%
Totalmente en desacuerdo	60%
Total	100%

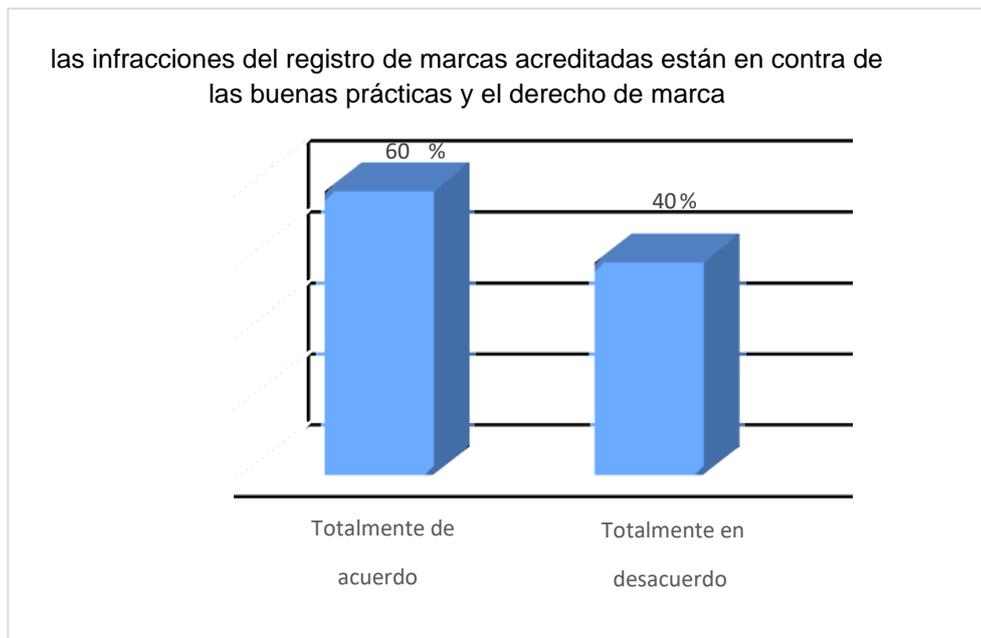


Figura 8. Pregunta 1 de la variable 2

Interpretación: En el gráfico 6 el 60% de profesionales considera que están totalmente de acuerdo respecto a las infracciones del registro de marcas acreditadas están en contra de las buenas prácticas y el derecho de marca, el 40% totalmente en desacuerdo.

Tabla 9

Segunda pregunta de la segunda variable

	%
Totalmente de acuerdo	90%
Totalmente en desacuerdo	10%
Total	100%

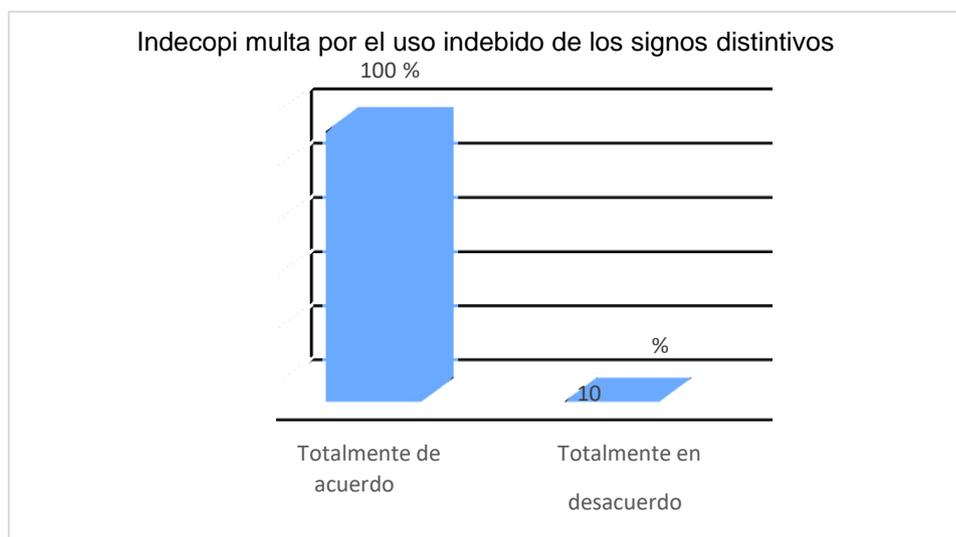


Figura 9. Pregunta 2 de la variable 2

Interpretación: En el gráfico 7 el 100% de profesionales considera que están totalmente de acuerdo en cuanto que INDECOPI multa por el uso indebido de los signos distintivos.

Tabla 10

Tercera pregunta de la segunda variable

	%
Totalmente de acuerdo	70%
Totalmente en desacuerdo	30%
Total	100%

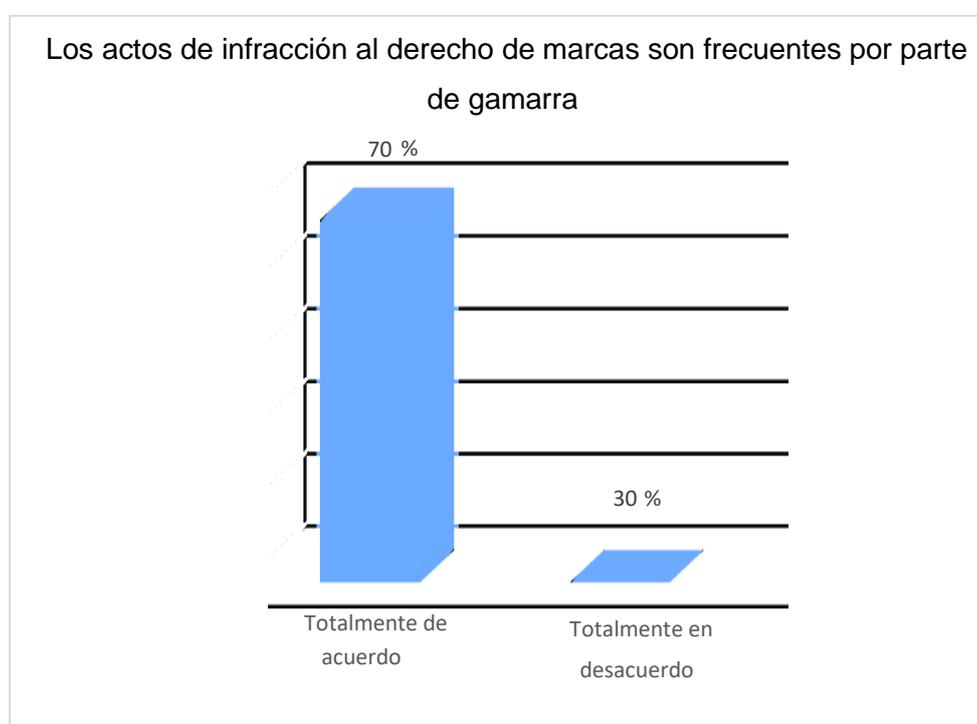


Figura 10. Pregunta 3 de la variable 2

Interpretación: En el gráfico 8 el 70% de profesionales considera que están totalmente de acuerdo que los actos de infracción al derecho de marcas son frecuentes por parte de gamarra, el 30% está totalmente en desacuerdo.

Tabla 11

Cuarta pregunta de la segunda variable

	%
Totalmente de acuerdo	70%
Totalmente en desacuerdo	30%
Total	100%

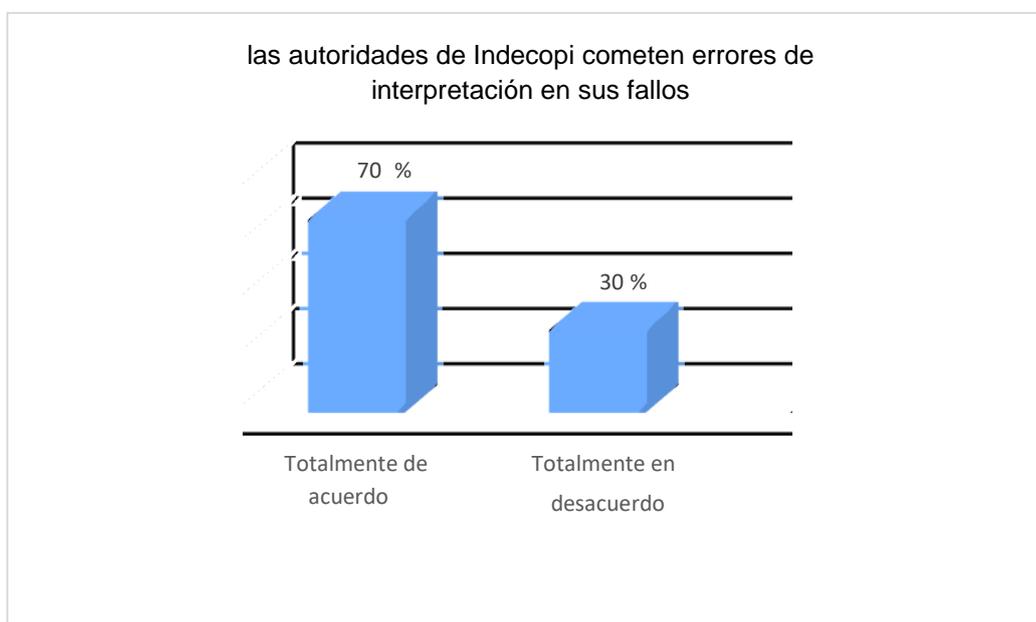


Figura 11. Pregunta 4 de la variable 2

Interpretación: En el gráfico 9 el 70% de profesionales considera que están totalmente de acuerdo en cuanto que las autoridades de INDECOPI cometen errores de interpretación en sus fallos, el 30% está parcialmente de acuerdo.

Tabla 12

Quinta pregunta de la segunda variable

	%
Totalmente de acuerdo	70%
Totalmente en desacuerdo	30%
Total	100%

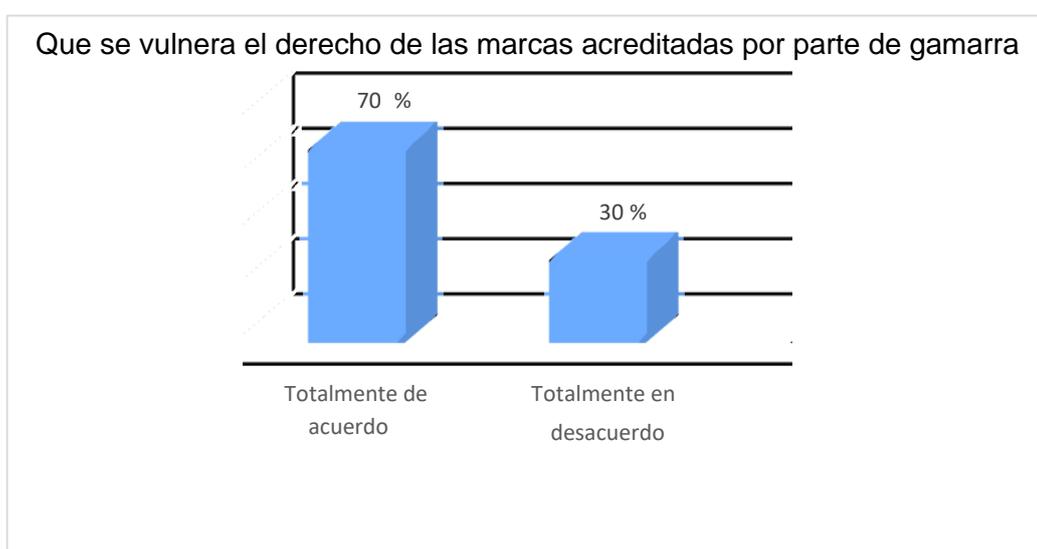


Figura 12. Pregunta 5 de la variable 2

Interpretación: En el gráfico 10 el 70% de profesionales considera que están totalmente de acuerdo respecto a la vulneración el derecho de marcas acreditadas por parte de gamarra, parcialmente adecuado 30%.

4.2 Resultados obtenidos para la prueba de hipótesis

Tabla 13

Prueba de hipótesis general

Tabla cruzada ANALISIS DE INFRACCION DE DERECHO DE MARCA					
		INDECOPI y Gamarra		Total	
		SI	NO		
		Recuento	0	0	1
		Recuento	,4	,5	1,0
INFRACCION		esperado			
DE DERECHO		% del total	0,0%	0,0%	1,0%
DE MARCA	SI	Recuento	34	41	75
		Recuento	33,4	40,8	75,0
		esperado			
		% del total	33,7%	40,6%	74,3%
	NO	Recuento	11	14	25
		Recuento	11,1	13,6	25,0
		esperado			
		% del total	10,9%	13,9%	24,8%
Total		Recuento	45	55	101
		Recuento	45,0	55,0	101,0
		esperado			
		% del total	45,5%	54,5%	100,0%

Interpretación: En la presente tabla analizada a través del programa SPSS con la tabla cruzada entre las variables las INDECOPI – Gamarra y el análisis de infracción de derecho de marca, se obtiene que de la pregunta general realizada en

la encuesta la respuesta afirmativa que confirma dualidad de porcentaje de 45,5% y 54,5% confirmando y aceptando las hipótesis.

Tabla 14
Prueba de hipótesis específica 1-2 -3

		DERECHO DE MARCA			Total	
		SI	NO			
INDECOPI Y GAMARRA	SI	Recuento	1	0	0	1
		Recuento esperado	,0	,8	,1	1,0
		% del total	1,0%	0,0%	0,0%	1,0%
		Recuento	0	77	12	89
	NO	Recuento esperado	,9	74,9	13,2	89,0
		% del total	0,0%	76,2%	10,9%	88,1%
		Recuento	0	8	3	11
		Recuento esperado	,1	9,3	1,6	11,0
	Total	% del total	0,0%	7,9%	3,0%	10,9%
		Recuento	1	85	15	101
		Recuento esperado	1,0	85,0	15,0	101,0
		% del total	1,0%	90%	10%	100,0%

Interpretación: Con respecto a la hipótesis específica 1- 2 -3 encontramos las respuestas afirmativas a la pregunta en un porcentaje de 90 % y el 10% de respuestas negativas aceptando la hipótesis específica 1-2-3.

CAPÍTULO V
DISCUSIONES, CONCLUSIONES Y
RECOMENDACIONES

5.1 Discusiones

Habiendo culminado con todo el trabajo de investigación del análisis de resultado estadístico, en relación con los antecedentes doctrinales, podemos señalar las siguientes conjeturas:

Al respecto de la hipótesis general y de las específicas establecidas, se corrobora las hipótesis a través de la encuesta y los cuadros estadísticos demostrando la existencia de la infracción de la marca por INDECOPI y Gamara, la misma que se obtiene de las preguntas realizada en la encuesta y siendo las respuestas afirmativas que confirma, que hay una infracción sobre el derecho de la “marca” por parte de INDECOPI y Gamarra.

Por ende, todas pequeñas y medianas empresas deben de gozar de fundamento de protección legal de marcas, es el vinculado de normas legales personalísimas que protegen a las marcas, definida estas como el signo o conjunto de signos susceptibles de representación gráfica, que incluye palabras, nombres de personas, diseños, caracteres, números, resonancias, la forma del producto, con el fin de ser adecuado, para poder distinguir los bienes o servicios de una compañía de los de otra.

Asimismo, estos resultados se relacionan con la teoría del pensamiento lateral y la teoría de los ddhh., que tiene la obligación de velar por la de la marca en los negocios y repotenciar la economía del país.

Esta problemática sobre la Intervención del análisis de infracción del derecho de marca por INDECOPI y Gamarra es un argumento muy comentado y significativo muy controversial y muy interpretado dejando pasar por alto en nuestra sociedad, ya que estos actos del impedimento de registrar una marca, signo etc.; vulneran el derecho del titular, fomentando que el infractor comercialice a través de la maca no registrada influyen considerablemente en cuanto a su ganancia económica.

De la tabla del programa SPSS y la tabla cruzada entre las variables las INDECOPI – Gamarra del análisis de infracción de derecho de marca, se obtiene que

de la pregunta general realizada en la encuesta la respuesta afirmativa que confirma dualidad de porcentaje de 45,5% y 54,5% confirmando y aceptando las hipótesis. Del mismo modo, con respecto a las hipótesis específicas 1-2-3 encontramos las respuestas afirmativas a la pregunta en un porcentaje de 90 % y el 10% de respuestas negativas aceptando la hipótesis específica 1-2-3. En conclusión, el registro de marcar de toda empresa fomenta el potencial desarrollo en el mercado de producción.

5.2 Conclusiones

Primero: Que, en referencia de la infracción de la marca por INDECOPI, su análisis de interpretación sea a favor del titular de la marca y los errores de sala por interpretación se encuentren en acción correctiva y o sancionable.

Segundo: Que, en referencia de la infracción por Gamarra, debería efectuar un análisis estándar por parte de INDECOPI para el registro de marca, de las empresas que se encuentran en actividad en dicho centro comercial de esta manera se protegería el derecho de creación, asimismo se previene posibles acciones irregulares por gamarra, al producir o distribuir material textil con las marcas no registradas.

Tercero: Que, en beneficio del incremento de producción de las empresas que se posicionan dentro de gamarra, se debe ejecutar fiscalizaciones sistemáticas. En pro de los registros de marcas de las empresas pequeñas y grandes que deben de gozar de su derecho de marca. Para su potencial desarrollo.

5.3 Recomendaciones

Primero: Se recomienda, ante una infracción de marca por INDECOPI, que, al no registrar una determinada de marca, se debe impugnar la aceptación del mismo, toda vez que se vulnera el derecho de marca por compuestos de interpretación.

Segundo: Se recomienda, ante una infracción de Gamarra, que, al uso indebido de las marcas, signos, lemas entre otros, de los otros creadores, estos no deben popularizar su creación hasta que esta se encuentre registrada por INDECOPI.

Tercero: Se recomienda a los novísimos empresarios desinformados que incursionan en Gamarra, deben de buscar el asesoramiento legal, para que este realice los trámites establecidos para que se proteja el derecho de marca.

REFERENCIAS

Agís, M. (2006). Paul Ricoeur: los caminos de la hermenéutica. *Revista Ágora*, 25(2), 24-25. Recuperado de <https://minerva.usc.es/xmlui/bitstream/handle/10347/1309/01.Agis.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Alarcón, S. (2012). *La protección de la marca en el derecho de propiedad intelectual* (Tesis de pregrado). Recuperado de <https://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/2962/1/TUIAB007-2013.pdf>

Alamar, I. (2015). *La marca no inscrita* (Tesis doctoral). Recuperado de https://riucv.ucv.es/bitstream/handle/20.500.12466/351/Alamar%20Lin%C3%A1s%2C%20Ignacio_Tesis%20definitiva.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Argel, F. (2011). *Consideraciones al régimen de limitaciones y excepciones que incorpora la ley mi 20.435 a la ley n° 17.336 de propiedad intelectual: equilibrio de intereses en el acceso a las obras y protección de la propiedad* (Tesis de pregrado). Recuperado de <http://cybertesis.uach.cl/tesis/uach/2011/fja687c/doc/fja687c.pdf>

Bono, E. (1994). *El pensamiento creativo: el poder del pensamiento lateral para la creación de nuevas ideas*. Recuperado de http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2013/04/EI-Pensamiento-Creativo_De-Bono.pdf

Castro, C. (2016). *La falta de distintividad de las eco-marcas y su incidencia en los derechos del consumidor* (Tesis de pregrado). Recuperado de <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/10008/Castro%20Caballas%20Cynthia%20Vanessa.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Constitución Política del Perú, 29 de diciembre de 1993, *Congreso de la República*. Lima, Perú, 30 de diciembre de 1993. Recuperado de Constitución del Perú - Título I (congreso.gob.pe)

Dato Jurídico. (27 de noviembre de 2019). *Principio de territorialidad de la marca*.

Dato Jurídico. Recuperado de <https://datojuridico.com/principio-de-territorialidad-de-la-marca/>

Decisión N° 486, 1 de diciembre de 2000, Régimen Común sobre Propiedad Industrial, Comunidad Andina, 1 de diciembre de 2000. Recuperado de <https://www.INDECOPI.gob.pe/documents/20791/200042/decis486comcomand.pdf/fa725f2d-20f2-4105-8409-9e24ed4ad2c8>

Decreto Legislativo N° 823, 24 de abril de 1996, Ley de Propiedad Intelectual, Congreso de la República. Lima, Perú, 24 de abril de 1996. Recuperado de <https://leyes.congreso.gob.pe/Documentos/DecretosLegislativos/00823.pdf>

Gamarra (julio de 2020). *Qué es Gamarra*. Recuperado de <https://www.gamarra.com.pe/gamarra/>

Guastini, R. (2015). Interpretación y construcción jurídica. *Revista Isonomía*, 44(1), 11-48. Recuperado de <http://www.scielo.org.mx/pdf/is/n43/n43a2.pdf>

Hohmann, M. y Venturelli, V. (2008). *Régimen de propiedad industrial en la legislación chilena análisis comparativo con el APDIP y tratados de libre comercio suscritos por Chile* (Tesis de pregrado). Recuperado de http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/106882/de-hohmann_m.pdf?sequence=3&isAllowed=y

Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI, julio de 2020). *Quiénes Somos*. Recuperado de <https://www.INDECOPI.gob.pe/quienes-somos>

Lajo, S. (2013). *Análisis de las principales prohibiciones absolutas en el registro marcario: los signos genéricos, descriptivos y usuales* (Tesis de pregrado). Recuperado de <https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/4521/LA>

JO ESTRADA_SILVIA_PROHIBICIONES_SIGNOS.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Ley N° 29571, 1 de septiembre de 2010, Código de Protección y Defensa del Consumidor, Congreso de la República. Lima, Perú, 2 de septiembre de 2010. Recuperado de <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1351847/LEY%2029571.pdf.pdf>

Morales, K. (2016). *La protección de la identidad del negocio: entre marcas y nombres comerciales* (Tesis de pregrado). Recuperado de https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/2532/DER_065.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Nikken, P. (1994). El concepto de Derechos Humanos. *Estudios Básicos de Derechos Humanos – Instituto Interamericano de Derechos Humanos*. Recuperado de <https://perio.unlp.edu.ar/catedras/comyddhhlic/wp-content/uploads/sites/152/2020/08/1-Nikken-El-Concepto-de-Derechos-Humanos.pdf>

Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (Ompi, marzo de 2016). *Principios básicos de la propiedad industrial*. Recuperado de https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/wipo_pub_895_2016.pdf

Pradas, C. (23 de octubre de 2018). *La teoría de B.F. Skinner: conductismo y condicionamiento operante*. Psicología-Online. Recuperado de <https://www.psicologia-online.com/la-teoria-de-b-f-skinner-conductismo-y-condicionamiento-operante-4155.html>

Rojas, O. y Carvajal, F. (2013). *Los delitos en contra de la ley de propiedad intelectual en la legislación ecuatoriana* (Tesis de pregrado). Recuperado de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/4053/3/T-UCE-0013-Ab-148.pdf>

Roldan, F. (17 de julio de 2010). La teoría del priming. *La Verdad*. Recuperado de <https://www.laverdad.es/murcia/v/20100717/opinion/teoria-priming-20100717.html>

Schmitz, C. (2013) Evolución de la regulación internacional de la propiedad intelectual. *Revista la Propiedad Inmaterial*, 17(2), 63-92. Recuperado de <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/propin/article/view/3580/3797>

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). Recuperado de <https://repositorio.upla.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12848/1186/TEISIS%20UPLA%202018.docx%20IIldocx.pdf%20DIANA%20SOLANO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Vidal, G. (2008). La Teoría de la Elección Racional en las ciencias sociales. *Revista Scielo*, 23(67), 14-25. Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0187-01732008000200009

Villalba, J. (2014). Teoría general de los signos distintivos. *Revista La Propiedad Inmaterial*, 18(2), 191-219. Recuperado de <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/propin/article/view/3914/4349>

Wiki Eoi. (9 de abril de 2012). *Historia de la propiedad intelectual*. Wiki Libros Eoi. Recuperado de https://www.eoi.es/wiki/index.php/Historia_de_la_propiedad_intelectual_en_Propiedad_intelectual

ANEXOS

Anexo 1

CUESTIONARIO SOBRE EL ANALISIS DE INFRACCIÓN DEL DERECHO DE MARCA POR INDECOPI Y GAMARA

Agradeceremos su colaboración en el perfeccionamiento del actual cuestionario que tiene por fin el análisis de infracción del derecho de marca por INDECOPI y gamarra

I. Aspectos generales

1.1 Actividad que realiza (la más frecuente) en su carrera

- a) Investigación (Jurídica) ()
- b) Docencia universitaria ()
- c) Magistratura ()
- d) Otro:

1.2 Entidad donde labora

1.3 Años de experiencia

- a) De 1 a 5 años (), b) de 5 a 10 años (), c) de 10 a 15 años ()
- d) de 15 años a más ().

1.4 Sexo

Masculino (), b) femenino ().

1. ¿Usted considera que INDECOPI vulnera el derecho de marca en sus pronunciamientos debiendo sujetarse a una acción correctiva y reformadora?

- a) Totalmente de acuerdo ()
- b) Totalmente en desacuerdo ()

2. ¿considera usted que las multas impuestas por INDECOPI son convenientes cuando no se aprobó el registro de marca de una empresa?

- a) Totalmente de acuerdo ()
- b) Totalmente en desacuerdo ()

3. ¿cree usted que INDECOPI desempeña medidas correctoras por la vulneración de derechos de marca?

- a) Totalmente de acuerdo ()
- b) Totalmente en desacuerdo ()

4. ¿Usted considera que las multas impuestas por INDECOPI son las adecuadas?

- a) Totalmente de acuerdo ()
- b) Totalmente en desacuerdo ()

5. ¿Considera usted que INDECOPI es deficiente en cuanto a la interpretación en cuanto al uso de lemas comerciales que expone las empresas de gamarra?

- a) Totalmente de acuerdo ()
- b) Totalmente en desacuerdo ()

6. ¿Cree usted que las infracciones del registro de marcas acreditadas están en contra de las buenas prácticas y el derecho de marca?

a) Totalmente de acuerdo ()

b) Totalmente en desacuerdo ()

6. ¿Usted cree que INDECOPI multa por el uso indebido de los signos distintivos?

a) Totalmente de acuerdo ()

b) Totalmente en desacuerdo ()

7. ¿Usted considera que los actos de infracción al derecho de marcas son frecuentes por parte de gamarra?

a) Totalmente de acuerdo ()

b) Totalmente en desacuerdo ()

8. ¿Usted considera que las autoridades de INDECOPI cometen errores de interpretación en sus fallos?

a) Totalmente de acuerdo ()

b) Totalmente en desacuerdo ()

9. ¿Por qué cree usted que se vulnera el derecho de las marcas acreditadas por parte de gamarra?

a) Totalmente de acuerdo ()

b) Totalmente en desacuerdo ()

Anexo 2

MATRIZ DE CONSISTENCIA: ANÁLISIS DE INFRACCIÓN DE DERECHO DE MARCA POR EL ANÁLISIS DE LA INFRACCIÓN DEL DERECHO DE MARCA INDECOPI Y GAMARRA

Problema general	Objetivo general	Hipótesis	justificación
¿Cuáles son los factores que influyen para el análisis de infracción del derecho de marca por INDECOPI y gamara?	Identificar los factores que influyen en el análisis de infracción del derecho de marca por INDECOPI y gamarra.	Existen factores que influyen en el análisis de infracción del derecho de marca por INDECOPI y gamarra.	La justificación es brindar información sobre la importancia del respeto a los derechos humanos.
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específica	
¿Cuáles son las modalidades más frecuentes de análisis de infracción del derecho de marca por INDECOPI?	Determinar los factores que influyen en el análisis de infracción del derecho de marca por INDECOPI.	¿Existen factores que influyen en el análisis de infracción del derecho de marca por INDECOPI?	
¿Cuáles son las modalidades más frecuentes de análisis de infracción del derecho de marca por gamarra?	Determinar los factores que influyen en el análisis de infracción del derecho de marca por Gamarra.	¿Existen factores que influyen en el análisis de infracción del derecho de marca por Gamarra?	
¿Cuáles son las modalidades más frecuentes del análisis de la infracción de los derechos de creación de marca, que dificulta su potencial desarrollo en el mercado de producción?	¿Determinar los factores que influyen del análisis de la infracción de los derechos de creación marca, que dificulta su potencial desarrollo en el mercado de producción?	¿Existen factores que influyen en el análisis de la infracción de los derechos de creación marca, que dificulta su potencial desarrollo en el mercado de producción?	

**DOCUMENTOS PARA VALIDAR LOS
INSTRUMENTOS DE MEDICIÓN A TRAVÉS DE
JUICIO DE EXPERTO**

Anexo 3

CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor:

Presente

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

Es grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y así mismo, hacer de su conocimiento que, en mi calidad de Bachiller, egresado de la Universidad Autónoma del Perú, he elaborado mi tesis titulado: **ANÁLISIS DE INFRACCIÓN DEL DERECHO DE MARCA POR INDECOPI Y GAMARRA EN EL 2020**, cuyo desarrollo me permitirá optar por el título de abogado.

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

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

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

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

Atentamente,

Mayra Alejandra Medina Barranca
DNI N° 74834385

Anexo 4

DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE LA VARIABLE Y DIMENSIONES

Teniendo así que en esta investigación las variables son:

VARIABLES	
VARIABLE 1.	VARIABLE 2.
Análisis de la Infracción del Derecho de Marca	INDECOPI y Gamarra

3.4.2. Operacionalización de variable

Por lo que Hernández, Fernández y Baptista (2014) indica que la Operacionalización se realiza con la finalidad de poder medir a la variable para la recolección de datos de la misma.

Siendo así que la variable 1 Análisis de la Infracción del Derecho de Marca, tiene como dimensiones las siguientes.

VARIABLES	
VARIABLE 1.	DIMENSION.
Análisis de la Infracción del Derecho de Marca	Análisis de la Infracción del Derecho de Marca

y la variable 2 INDECOPI y Gamarra en el 2020 tiene las siguientes dimensiones.

VARIABLES	
VARIABLE 1.	DIMENSION
INDECOPI y Gamarra	INDECOPI y Gamarra en el 2020

Anexo 5

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO QUE MIDE ANÁLISIS DE LA INFRACCIÓN DEL DERECHO DE MARCA

Dicotómica	SI / NO
-------------------	----------------

Ítems	J-1	J-2	J-3	J-4	J-5	Suma	Valor (V)
¿Usted considera que INDECOPI vulnera el derecho de marca en sus pronunciamientos debiendo sujetarse a una acción correctiva y reformadora?							
¿considera usted que las multas impuestas por INDECOPI son convenientes cuando no se aprobó el registro de marca de una empresa?							
¿cree usted que INDECOPI desempeña medidas correctoras por la vulneración de derechos de marca?							
¿Usted considera que las multas impuestas por INDECOPI son las adecuadas?							
¿Considera usted que INDECOPI es deficiente en cuanto a la interpretación en cuanto al uso de lemas comerciales que expone las empresas de gamarra?							

Anexo 6

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO QUE MIDE INDECOPI Y GAMARRA EN EL 2020

Dicotómica	SI / NO
------------	---------

Ítems	J-1	J-2	J-3	J-4	J-5	Suma	Valor (V)
¿Cree usted que las infracciones del registro de marcas acreditadas están en contra de las buenas prácticas y el derecho de marca?							
¿Usted cree que INDECOPI multa por el uso indebido de los signos distintivos?							
¿Usted considera que los actos de infracción al derecho de marcas son frecuentes por parte de gamarra?							
¿Usted considera que las autoridades de INDECOPI cometen errores de interpretación en sus fallos?							
¿Por qué cree usted que se vulnera el derecho de las marcas acreditadas por parte de gamarra?							

Anexo 7

OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE 1.

DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	DICOTÓMICA
ANÁLISIS DE INFRACCIÓN DE DERECHO DE MARCA	Sanciones	¿Usted considera que INDECOPI vulnera el derecho de marca en sus pronunciamientos debiendo sujetarse a una acción correctiva y reformadora?	1. Si 2. No
	Multas	¿considera usted que las multas impuestas por INDECOPI son convenientes cuando no se aprobó el registro de marca de una empresa?	
	Acciones correctivas	¿cree usted que INDECOPI desempeña medidas correctoras por la vulneración de derechos de marca?	
		¿Usted considera que las multas impuestas por INDECOPI son las adecuadas?	
		¿Considera usted que INDECOPI es deficiente en cuanto a la interpretación en cuanto al uso de lemas comerciales que expone las empresas de gamarra?	

Anexo 8

OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE 2

DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMES	DICOTÓMICA
INDECOPI Y GAMARRA EN EL 2020	marcas acreditadas	¿Cree usted que las infracciones del registro de marcas acreditadas están en contra de las buenas prácticas y el derecho de marca?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Si 2. No
	lemas productivos	¿Usted cree que INDECOPI multa por el uso indebido de los signos distintivos?	
	signos individuales	¿Usted considera que los actos de infracción al derecho de marcas son frecuentes por parte de gamarra?	
		¿Usted considera que las autoridades de INDECOPI cometen errores de interpretación en sus fallos?	
		¿Por qué cree usted que se vulnera el derecho de las marcas acreditadas por parte de gamarra?	

Anexo 9

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE “Análisis de la Infracción de Derecho de Marca”

N°	DIMENSIONES/ ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Suficiencia ⁴		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	
1	Análisis de Infracción de Derecho de Marca									

Observaciones (precisar si hay suficiencia⁴): _____

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

Apellidos y nombres del juez validador: Dr. /Mg. /Abog.:..... DNI:

Especialidad del validador:

Lima sur,.....de.....de 2018

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o Dimensión específica del constructo.

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es Conciso, exacto, y directo.

⁴**Suficiencia:** Los ítems son suficientes para medir la dimensión.

Firma del Experto Informante.

Anexo 10

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE “INDECOPI y Gamarra”

N°	DIMENSIONES/ ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Suficiencia ⁴		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	
1	INDECOPI y Gamarra									

Observaciones (precisar si hay suficiencia⁴): _____

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

Apellidos y nombres del juez validador: Dr. /Mg. /Abog.:..... DNI:

Especialidad del validador:

Lima sur,.....de.....de 2018

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o Dimensión específica del constructo.

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es Conciso, exacto, y directo.

⁴**Suficiencia:** Los ítems son suficientes para medir la dimensión.

Firma del Experto Informante.