Actos de engaño y publicidad engañosa

En defensa de los empresarios y consumidores

Autor

Gianmarco Reyes Fonseca

Sinopsis

El desconocimiento de la normas en torno a la competencia desleal es una de las principales causas por las que una empresa incurre en infracciones en torno a las buenas prácticas publicitarias. Ello no solo genera sanciones y daña la reputación empresarial, sino que perjudica a los consumidoresy afecta el correcto funcionamiento del mercado. Desde la perspectiva jurídica, la presente obra da a conocer el tratamiento normativo de los actos de engaño y de la publicidad engañosa en el Perú, como punto de partida para que las compañias cumplan con las condiciones mínimas requeridas para la comercialización de bienes y servicios de forma legal. Se comentan e interpretan ambos conceptos y se explica su diferencia frente a otros tipos de actos desleales enmarcados dentro del derecho dentro de la competencia. También se aborda la relación entre la publicidad engañosa y aspectos que devienen de la transformació digital como el marketing digital, las redes sociales, los influencers y las plataformas digitales. Finalmente, se presenta un estudio sobre la normativa comunitaria y española y un análisis práctico sobre la jurisprudencia nacional e internacional que completan el panorama informativo.

GR

Sobre el autor

Gianmarco Reyes Fonseca

Impreso

Año de publicación: 2021

Presentación: Tapa blanda o Bolsillo

Tamaño: 20.5 x 14.5 x 1 cm

Número de páginas del contenido principal: 180 Páginas

ISBN13: 9786124370830

Palabras clave

Competencia económica desleal; Publicidad engañosa; Perú; Protección al consumidor

2026 © Sistema Integrado de Metadata Estandarizada desarrollado por Hipertexto - Netizen

2026 © Sistema Integrado de Metadata Estandarizada desarrollado por Hipertexto - Netizen