

FACULTAD DE DERECHO

**INFORME JURÍDICO DE EXPEDIENTE  
ADMINISTRATIVO N°037-2019/CCD**



**PRESENTADO POR  
MARÍA DEL PILAR CASTAÑEDA PULGAR**

**TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL  
PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE ABOGADA**

**LIMA – PERÚ**

**2022**

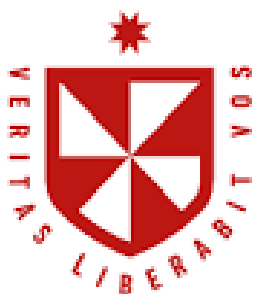


**CC BY-NC**

**Reconocimiento – No comercial**

El autor permite transformar (traducir, adaptar o compilar) a partir de esta obra con fines no comerciales, y aunque en las nuevas creaciones deban reconocerse la autoría y no puedan ser utilizadas de manera comercial, no tienen que estar bajo una licencia con los mismos términos.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>



**USMP**  
UNIVERSIDAD DE  
SAN MARTÍN DE PORRES

Facultad  
de Derecho

## **Trabajo de Suficiencia Profesional para optar el Título de Abogada**

**Informe Jurídico sobre Expediente N°037-2019/CCD**

<b><u>Materia</u></b>	<b>: COMPETENCIA DESLEAL</b>
<b><u>Entidad</u></b>	<b>: INTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA DE LA COMPETENCIA Y PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL</b>
<b><u>Bachiller</u></b>	<b>: MARÍA DEL PILAR CASTAÑEDA PULGAR</b>
<b><u>Código</u></b>	<b>: 2015125509</b>

**LIMA – PERÚ**

**2022**

La materia del procedimiento versa sobre actos de competencia desleal en modalidad de actos de engaño, tipo infractor contenido en el Decreto Legislativo N°1044, Ley de Represión de la Competencia Desleal.

El procedimiento inicia a raíz de la denuncia interpuesta por la señora **M.E.R.C.** contra la empresa **INTRAVDECO INDUSTRIAL S.A.** por la presunta existencia de actos de competencia desleal en la modalidad de actos de engaño, puesto que habría difundido en la publicidad de su etiqueta, características del producto con información objetiva falsa.

La referida publicidad habría sido cuestionada porque en la etiqueta del producto "Aval, Alcohol en gel", en su presentación de 380 ml., se consignaron las siguientes afirmaciones: "Antibacterial", "Natural", "Hidratante" y "Sapolio +200 años de calidad", las cuales no serían ciertas, según lo alegado por la denunciante.

En base a lo señalado, el INDECOPÍ analizó la publicidad comercial en relación con el principio de veracidad y al deber de sustanciación previa, a efectos de determinar si efectivamente se configura el tipo infractor de actos de competencia desleal, en su modalidad de actos de engaño.

La Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal (la Comisión) y la Sala Especializada en Defensa de la Competencia (la Sala) determinaron en el presente caso la existencia de actos de competencia desleal en la modalidad de actos de engaño, pero bajo diferentes fundamentos en los cuales coinciden parcialmente, en base a la evidencia o pruebas presentadas por la empresa denunciada en el transcurso del procedimiento.

En el presente informe se realizó un análisis legal sobre los hechos denunciados, el descargo presentado y medios probatorios presentados por la empresa denunciada, así como de los criterios utilizados por la Comisión y la Sala en sus respectivas resoluciones finales.

En ese sentido, se evaluó el íter procedimental, los argumentos de las partes, conceptos jurídicos como la figura de la carga probatoria, deber de sustanciación previa, daño al mercado, principios del procedimiento administrativo general y sancionador, criterios de la graduación de la sanción, otorgamiento de medidas correctivas, en la medida que fueron conceptos utilizados en la motivación de las resoluciones administrativas; así como la opinión legal sobre el pronunciamiento de la Comisión y Sala; y la posición legal respecto a la controversia.

NOMBRE DEL TRABAJO

**CASTAÑEDA PULGAR.docx**

RECUENTO DE PALABRAS

**9404 Words**

RECUENTO DE PÁGINAS

**27 Pages**

FECHA DE ENTREGA

**Mar 13, 2023 10:12 AM GMT-5**

RECUENTO DE CARACTERES

**51262 Characters**

TAMAÑO DEL ARCHIVO

**214.4KB**

FECHA DEL INFORME

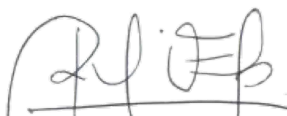
**Mar 13, 2023 10:13 AM GMT-5****● 24% de similitud general**

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos.

- 21% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 18% Base de datos de trabajos entregados
- 5% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

**● Excluir del Reporte de Similitud**

- Material bibliográfico
- Material citado
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 10 palabras)



*Augusto Espinoza Bonifaz - Instituto de Investigación*

## ÍNDICE

<b>CAP.</b>	<b>NOMBRE</b>	<b>PAG.</b>
<b>I</b>	<b><i>Relación de los hechos principales expuestos por las partes intervinientes en el procedimiento</i></b>	3
1.1.	<i>En la denuncia</i>	3
1.2.	<i>Admisión a trámite de la denuncia</i>	4
1.3.	<i>En los descargos al inicio del Procedimiento Sancionador - Trilateral</i>	5
1.4.	<i>En la Resolución de La Comisión</i>	6
1.5.	<i>En el Recurso de Apelación</i>	6
1.6.	<i>En la Resolución de La Sala</i>	7
<b>II</b>	<b><i>Identificación y análisis de los principales problemas jurídicos del expediente</i></b>	9
2.1.	<i>Identificación de los principales problemas jurídicos</i>	9
2.2.	<i>Análisis de los principales problemas jurídicos</i>	9
<b>III</b>	<b><i>Posición fundamentada sobre los problemas jurídicos identificados</i></b>	14
3.1.	<i>Respecto a los Actos de Engaño</i>	14
3.2.	<i>Respecto a la afirmación “Antibacterial”</i>	14
3.3.	<i>Respecto a las afirmaciones “Natural” e “Hidratante”</i>	15
3.4.	<i>Respecto a la afirmación “200 años de calidad”</i>	16
<b>IV</b>	<b><i>Posición fundamentada sobre las Resoluciones emitidas</i></b>	17
4.1.	<i>Con relación a la Resolución Final N° 0186-2019/CCD-INDECOPI</i>	17
4.2.	<i>Con relación a la Resolución N° 0102-2020/SDC-INDECOPI</i>	20
<b>V</b>	<b><i>Conclusiones</i></b>	24
<b>VI</b>	<b><i>Bibliografía</i></b>	25
<b>VII</b>	<b><i>Anexos</i></b>	26

## CAPITULO I

### RELACIÓN DE LOS HECHOS PRINCIPALES EXPUESTOS POR LAS PARTES INTERVINIENTES EN EL PROCEDIMIENTO

En este capítulo, se describirán todos los hechos que forman parte del íter procedimental del presente expediente, en el que han intervenido las partes, de acuerdo con el siguiente detalle:

- 1.1. Denuncia
- 1.2. Inicio del Procedimiento Administrativo Sancionador – Trilateral
- 1.3. Descargos al inicio del Procedimiento Administrativo Sancionador – Trilateral
- 1.4. Resolución de la Comisión
- 1.5. Recurso de Apelación
- 1.6. Resolución de la Sala

En virtud de lo indicado, se procederá a exponer los principales hechos:

#### 1.1. EN LA DENUNCIA

En el marco de lo establecido en el Decreto Legislativo N°1044, Decreto Legislativo que aprueba la Ley de Represión de la Competencia Desleal (en adelante, el Decreto Legislativo N°1044), la señora **M.E.R.C.**, interpone denuncia contra las empresas **I.I. S.A.**, en atención a los siguientes fundamentos:

- a) El 6 de febrero de 2019, adquirió un gel desinfectante para manos marca SAPOLIO, bajo el erróneo entendido que era un producto hecho a base de insumos naturales, con la cualidad de ser humectante para las manos.
- b) El empaque el producto adquirido difunde la siguiente información objetiva, que:
  - El producto adquirido es un gel antibacterial;
  - Ha sido elaborado con insumos naturales;
  - Es un producto hidratante;
  - SAPOLIO es una marca que cuenta con más de 200 años en el mercado.
- c) Conforme a lo señalado en el artículo 8 del Decreto Legislativo N°1044, los actos de engaño están constituidos por toda inducción a error sobre los atributos del agente económico, incluyendo todo aquello que representa a su actividad empresarial.
- d) Asimismo, el inciso 8.1. del mismo cuerpo normativo señala que la publicidad que tiene por efecto – real o potencial – inducir a error a los consumidores sobre la fabricación, características, calidad y en general sobre los atributos de los productos y/o transacciones que un agente económico pone a disposición del mercado, constituyen también actos de engaño.

- e) De igual, forma el inciso 8.4. de la mencionada norma, implica una obligación esencial de todo agente económico que concurre en el mercado a fin de ofrecer bienes y/o servicios, así como debe contar con las pruebas que sustenten la veracidad de cada una de las afirmaciones objetivas que se encuentren contenidas dentro de su mensaje publicitario, en relación con los atributos de sus productos o de todo aquello que represente su actividad empresarial. Menciona también que esta obligación debe cumplirse de manera ex ante a la difusión de los anuncios y/o mensajes exteriorizados al mercado.
- f) Corresponde a **I.I. S.A.** la carga de la prueba, a fin de acreditar la veracidad de sus declaraciones objetivas difundidas. Para ello, sus pruebas deben contar con fecha cierta anterior a la difusión de los mensajes cuestionados.
- g) En ese sentido, la denunciante alega que las afirmaciones de **I.I. S.A.** resultan ser falsas, debido a que su “Gel Antibacterial” no fue elaborado con insumos naturales, así como tampoco es un producto hidratante, debido a que posterior a su uso, las manos de la señora **M.E.R.C.** sufrieron resequedad. Igualmente, el empaque consigna que la marca SAPOLIO tiene más de 200 años de calidad, lo cual es carente de veracidad. Es por ello que, caben dudas que el propio producto tenga la característica de ser “Antibacterial”.
- h) Bajo ese orden de ideas, la señora **M.E.R.C.** precisó que **I.I. S.A.** debía acreditar que cumplió con su deber de sustanciación previa, entregar las evidencias de veracidad – con fecha cierta anterior a la difusión – que permitan afirmar que el producto adquirido es; antibacterial; hidratante; y elaborado con insumos naturales. Asimismo, con relación a su actividad empresarial, la denunciada deberá entregar las evidencias de veracidad – con fecha cierta anterior a la difusión – que permitan afirmar que es titular de una marca SAPOLIO con más de 200 años.
- i) Finalmente, la denunciante alegó que mediante las declaraciones difundidas por **I.I. S.A.** en sus empaques, se induce a error al consumidor haciéndole creer que los productos y su actividad empresarial tienen atributos inexistentes.

## **1.2. ADMISIÓN A TRÁMITE DE LA DENUNCIA**

Mediante Resolución del 20 de marzo de 2019, la Secretaría Técnica de la Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal, inició un procedimiento administrativo sancionador contra la empresa **I.I. S.A.**, por la presunta infracción del artículo 8° del Decreto Legislativo N° 1044, toda vez que **I.I. S.A.** habría cometido actos de competencia desleal en la modalidad de acto de engaño, debido a que se encontraría difundiendo publicidad en el empaque del producto “Aval, Alcohol en Gel” de presentación de 380 ml, con las siguientes afirmaciones: “Antibacterial”, “Natural”, “Hidratante” y “Sapolio, +200 años de calidad”, cuando en realidad no serían ciertas.

## **1.3. EN LOS DESCARGOS AL INICIO DEL PROCEDIMIENTO SANCIONADOR – TRILATERAL**

Con fecha 10 de abril de 2019, **I.I. S.A.** se apersonó al procedimiento y contestó la denuncia interpuesta por la señora **M.E.R.C.** precisando lo siguiente:

- a) La empresa cumplió con consignar en el rotulado del producto las indicaciones



más importantes, siendo verdaderas las afirmaciones y que por tanto no habría afectación alguna al principio de veracidad.

- b) Su producto contiene ingredientes antimicrobianos los cuales eliminan bacterias y microbios.
- c) Es natural porque es una presentación neutra, sin fragancia.
- d) En el rotulado se observa que posee glicerina y aloe vera, además de estar compuesto por un gran porcentaje líquido.
- e) Respecto a los 200 años, su afirmación es cierta en tanto el producto denunciado se encuentra relacionado con la marca SAPOLIO; es decir, tienen el mismo origen empresarial, considerando que dicha marca fue creada en el año 1869, información contenida en Internet.

Adicionalmente, mediante escrito del 24 de setiembre de 2019, la empresa **I.I. S.A.** presentó argumentos e información adicional a través de los cuales precisó lo siguiente:

- **Respecto al término “natural”**

- a) En la publicidad no señalan que el producto tiene ingredientes naturales, pues el término natural hace referencia a uno de los “Grupos cosmético-variedades”, con el que DIGEMID emitió la Notificación Sanitaria Obligatoria.
- b) Afirma que el producto “Aval alcohol en gel” es antibacterial ya que es un producto de limpieza que contiene ingredientes antimicrobianos, lo cual elimina bacterias y microbios.
- c) Las variedades en las NSO se diferencian en el olor y color, siendo que al “natural” no se le adiciona colorantes.

- **Sobre la publicidad “hidratante”**

- a) En relación con este punto, **I.I. S.A.** manifiesta que, en la NSO, la DIGEMID le autorizó a llevar el término “Hidratante” debido a que la fórmula del producto contiene ingredientes con propiedades humectantes y protectoras de la piel, conforme a la Decisión 516 que regula a los productos cosméticos.
- b) Se adjuntaron los recortes del listado internacional “Cosing”, respecto a los 3 (tres) ingredientes que le otorgan esa característica al producto.

- **Sobre el cuestionamiento de la característica de antibacterial del producto**

- a) La denunciada indica que DIGEMID, autorizó el empleo del término “antibacterial” porque la fórmula de su producto lleva como ingrediente alcohol activo al 62%.
- b) Asimismo, señala la denunciante que conforme al listado de Cosing, el alcohol

posee propiedades antimicrobianas y conforme al libro de Remington el 62% de alcohol le otorga al producto propiedades germicidas.

#### **1.4. RESOLUCIÓN DE LA COMISIÓN**

Mediante Resolución Final N°186-2019/CCD-INDECOPI, del 16 de octubre de 2019, la Comisión de Fiscalización de la Competencia desleal, emitió el siguiente pronunciamiento:

**PRIMERO:** Declarar **FUNDADA** la denuncia presentada por la señora **M.E.R.C.** en contra de **I.I. S.A.**, por la comisión de actos de competencia desleal en la modalidad de engaño, supuesto establecido el artículo 8° del Decreto Legislativo N°1044.

**SEGUNDO: SANCIONAR** a **I.I. S.A.** con una multa de diez (10) Unidades Impositivas Tributarias; y, **ORDENAR** su inscripción en el Registro de Infractores creado por la Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal.

**TECERO: ORDENAR** a **I.I. S.A** en calidad de medida correctiva, el cese definitivo e inmediato de la comercialización del producto “Aval, Alcohol en Gel”, en tanto se informe en la publicidad del empaque lo siguiente: “Antibacterial”, “Natural”, “Hidratante” y “Sapolio +200 años de calidad”; y, dichas afirmaciones no sean ciertas.

**CUARTO: CONDENAR** a **I.I. S.A** asuma al pago de costas y costos del presente procedimiento a favor de la señora **M.E.R.C...**” (p.9 y 10)

#### **1.5. EN EL RECURSO DE APELACIÓN**

El 8 de noviembre de 2019, la empresa a **I.I. S.A.** interpuso Recurso de Apelación contra la Resolución Final N° 186-2019/CCD-INDECOPI emitida por la Comisión de Fiscalización de Competencia Desleal, indicando lo siguiente:

##### **Respecto a la Nulidad de la Resolución Final N° 186-2019/CCD- INDECOPI.**

La empresa denunciada, alegó que la Resolución Final N° 186-2019/CCD-INDECOPI, contenía vicios de nulidad por omisión de uno de los requisitos de validez del acto administrativo referido a la ausencia de motivación, alegando lo siguiente:

- a) No se evaluaron correctamente los medios presentados, no otorgándose incluso mérito probatorio.
- b) La sanción de multa no fue motivada, en la medida que no se precisó como fue calculado el monto de diez (10) UIT.

##### **Respecto al fondo de la controversia. –**

- a) Su producto cuenta con la NSO respectiva desde el año 2008, la cual ha sido renovada periódicamente. Este documento acredita que el producto cumple con todos los requerimientos y estándares pues, para que dicha autorización se emita, la autoridad sectorial competente analizó la composición del producto y

sus ingredientes bajo normas internacionales.

- b) Con relación a la afirmación “Sapolio +200 años de calidad”, la Comisión no ha evaluado el enlace señalado en los descargos. La información consignada en dicho enlace puede ser corroborada en las siguientes páginas: <https://es.wikipedia.org/wiki/Sapolio> y [http://dla.library.upenn.edu/cocoon/dla/pacsl/ead.html?q=enochmorgan&id=PACSL\\_PRIN\\_MUDD\\_C1098USNjP&](http://dla.library.upenn.edu/cocoon/dla/pacsl/ead.html?q=enochmorgan&id=PACSL_PRIN_MUDD_C1098USNjP&).

## 1.6. EN LA RESOLUCIÓN DE LA SALA

Mediante Resolución 0102-2020/SCD-INDECOPI, de fecha 1 de septiembre de 2020, la Sala Especializada en Defensa de la Competencia del Tribunal de Defensa de la Competencia y de la Protección Propiedad Intelectual, emitió el siguiente pronunciamiento:

**“PRIMERO: REVOCAR** la Resolución N°186-2019/CCD-INDECOPI, en el extremo que declaró fundada la denuncia interpuesta por la señora **M.E.R.C.** contra **I.I. S.A.**, por la presunta comisión de actos de engaño, supuesto previsto en el artículo 8 del Decreto Legislativo N°1044, debido a la difusión de publicidad en la etiqueta del producto “Aval, alcohol en gel”, en su presentación de 380 ml, consignando la afirmación de que dicho producto sería “antibacterial” y “natural” y reformándola, se declara **INFUNDADA**.

**SEGUNDO: CONFIRMAR** la resolución N°186-2019/CCD-INDECOPI, en el extremo que declaró fundada la denuncia interpuesta por la señora **M.E.R.C.** contra **I.I. S.A.** por la presunta comisión de actos de engaño, supuesto previsto en el artículo 8 del Decreto Legislativo 1044, debido a la difusión de publicidad en la etiqueta del producto “Aval, Alcohol en gel”, en su presentación de 380 ml, consignando las afirmaciones de que dicho producto sería “hidratante”, así como “Sapolio + de 200 años de calidad”.

**TERCERO: DECLARAR LA NULIDAD** de la resolución N°186-2019/CCD-INDECOPI, en el extremo que impuso a **I.I. S.A.** una multa ascendente a 10 (diez) Unidades Impositivas Tributarias y, en aplicación de lo dispuesto en el artículo 227.2 del TUO de la LPAG, corresponde **IMPONER** a dicha empresa una multa ascendente a 5 (cinco) Unidades Impositivas Tributarias.

**CUARTO: MODIFICAR** la medida correctiva impuesta a **I.I. S.A.**, quedando de la siguiente forma:

**“ORDENAR** a **I.I. S.A.**, en calidad de medida correctiva, el cese definitivo e inmediato de la comercialización del producto “Aval, Alcohol en gel”, en tanto su publicidad en empaque se informe que este es “Hidratante”, así como consigne “Sapolio +200 años de calidad” y dichas afirmaciones no sean ciertas.”

**QUINTO: CONFIRMAR** la Resolución N°186-2019/CCD-INDECOPI, en el extremo que ordenó a **I.I. S.A.**, el pago de costas y costos del presente procedimiento a favor de la señora **M.E.R.C.**

**SEXTO: REQUERIR** a **I.I. S.A.**, el cumplimiento espontáneo de la multa impuesta

en la presente resolución, bajo apercibimiento de iniciar el medio coercitivo específicamente aplicable, de acuerdo con lo establecido en el numeral 4 del artículo 205 del TUO de la LPAG, precisándose además que los actuados serán remitidos a la Sub-Gerencia de Ejecución Coactiva para los fines de la ley". (p.32 y 33)

## **CAPÍTULO II**

### **IDENTIFICACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS PRINCIPALES PROBLEMAS JURÍDICOS DEL EXPEDIENTE**

#### **2.1. IDENTIFICACIÓN DE LOS PRINCIPALES PROBLEMAS JURÍDICOS**

Tomando en cuenta que un problema jurídico debe ser esclarecido legalmente, se colige del presente caso, que resulta esencial determinar si la empresa **I.I. S.A.** incurrió en actos de engaño, supuesto contemplado en el artículo 8 del Decreto Legislativo N°1044.

En el presente expediente, se identifican cuatro problemas jurídicos, los cuales se encuentran referidos a determinar si las afirmaciones constituyeron actos de engaño, a continuación se detallan:

- a) Al utilizar en su publicidad la afirmación “Antibacterial”,
- b) Al utilizar en su publicidad la afirmación “Natural”,
- c) Al utilizar en su publicidad la afirmación “Hidratante”; y,
- d) Al utilizar en su publicidad la afirmación “Sapolio +200 años de calidad”.

En ese sentido, corresponde evaluar en el marco del deber de sustanciación previa, la veracidad de las afirmaciones realizadas por la empresa denunciada, en la etiqueta del producto “Aval, alcohol en gel”, respecto de cada producto, cuyo análisis será desarrollado en los siguientes párrafos.

#### **2.2. ANÁLISIS DE LOS PRINCIPALES PROBLEMAS JURÍDICOS**

En el marco de la publicidad que realizan los proveedores, existe la obligatoriedad de acreditar la veracidad de la publicidad que ofertan a través de sus productos, estableciéndose exigencias legales en el Decreto Legislativo N° 1044, Decreto Legislativo que aprueba la Ley de Represión de Competencia Desleal.

En virtud de lo dispuesto en la referida base legal, cada afirmación realizada, acarrea la obligatoriedad de realizar un análisis, con la debida motivación y la verificación de la acreditación probatoria de las afirmaciones realizadas, puesto que, en materia de publicidad cada afirmación que se realiza a través de la publicidad requiere el cumplimiento del deber de sustanciación previa, extremo que corresponde acreditar a la parte denunciada en el procedimiento de competencia desleal.

Es así que, en el presente caso, los hechos materia de denuncia, encajan en el tipo infractor de actos de engaño contenido en el artículo 8 del Decreto Legislativo N° 1044, razón por la cual, en el presente extremo se procederá a analizar la figura de los actos de engaño, considerando que los cuatro problemas jurídicos identificados, deben ser valorados en función a dicho tipo infractor.

Sobre el particular, es pertinente inicialmente, hacer referencia a la base legal correspondiente, la cual se procede a detallar:

El artículo 1 del Decreto Legislativo N° 1044, establece que la finalidad de la referida norma es reprimir todo acto o conducta que tenga por efecto, impedir o afectar el *adecuado funcionamiento del proceso competitivo*, el cual resulta ser el bien jurídico tutelado.

El artículo 6 del Decreto Legislativo N°1044, define al acto de competencia desleal como todo aquel acto que resulta objetivamente contrario a las exigencias de buena fe empresarial que debe orientar la concurrencia en una Economía Social de Mercado.

Cabe mencionar que el artículo 7 del Decreto Legislativo N°1044, ha preceptuado que la determinación de la existencia de un acto de competencia desleal no requiere que se acredite conciencia o voluntad sobre su realización. Así como, tampoco será necesario que se acredite la generación de un daño efectivo en perjuicio de otro concurrente, los consumidores o el orden público económico, tan solo basta que la generación del daño sea potencial.

Respecto al tipo infractor materia de la denuncia, está contenida en el artículo 8 del Decreto Legislativo N°1044, el cual establece que los actos de engaño son aquellos que tienen por efecto, ya sea real o potencial, inducir a error a otros agentes en el mercado respecto del origen de la actividad, el establecimiento de las prestaciones o los productos propios, de modo tal que se considere que estos poseen un origen empresarial diferente al que realmente les corresponde.

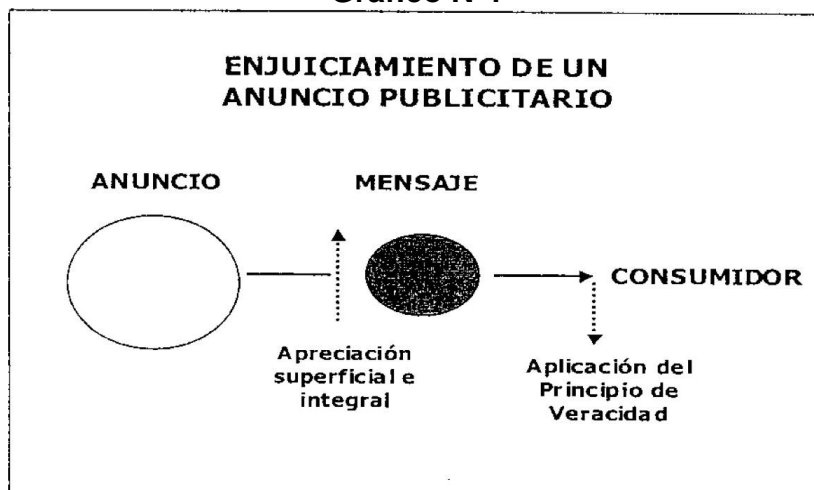
En buena cuenta, esta figura implica la inversión de la carga de la prueba, principio que se encuentra consagrado en el artículo 8.4. del Decreto Legislativo N°1044, ya que en dicho artículo se establece que, para la difusión de cualquier mensaje referido a características comprobables de un bien o un servicio anunciado, el anunciante deberá contar de manera previa con las pruebas que acrediten la veracidad de tal mensaje.

De la misma manera, el autor Stucchi (2007) precisa que el principio de veracidad se encuentra presente dentro de la regulación de la actividad publicitaria a fin de que los destinatarios del mensaje publicitario no sean inducidos a error en relación con la oferta anunciada. Adicionalmente, este autor expresa que el destinatario del mensaje comercial es considerado como sujeto razonable, por ello realizará un análisis integral y superficial del contenido de la publicidad.

Respecto a dicho principio la agencia de competencia, a través del Precedente de Observancia Obligatoria establecido en la Resolución N°1602-2007/TDC-INDECOPI, señala que la infracción al Principio de Veracidad importa una discordancia entre el mensaje que reciben los consumidores y la realidad. Conforme a ello, este precedente ha determinado que la inducción a error se presenta cuando se genera una idea equivocada en el consumidor, respecto de un mensaje publicitario. Lo cual sucede por el modo en el que han sido expuestas las afirmaciones o imágenes, incluso siendo estas verdaderas, o porque se ha omitido determinada información.

En el referido precedente de observancia obligatoria contenido en la Resolución N°1602-2007/TDC-INDECOPI, se desarrolló gráficamente, como debía producirse el "Enjuiciamiento de un Anuncio Publicitario", conforme al siguiente gráfico:

Gráfico N°1



Fuente: Resolución N°1602-2007/TDC-INDECOPI

Aunado a lo señalado, respecto al deber de sustanciación previa, la Sala Especializada en Defensa de la Competencia a través de la Resolución N°0018-2018/SDC-INDECOPI, ha determinado que el sustento de las afirmaciones publicitarias de carácter objetivo debe realizarse previamente al inicio de su difusión, y no como consecuencia de la tramitación de un procedimiento sancionador, resolución administrativa que ha establecido como criterio, la existencia de un análisis de temporalidad de los medios probatorios que serían presentados en el procedimiento para acreditar su veracidad.

En ese estado de las cosas, corresponde analizar si en el caso en concreto la empresa **I.I. S.A.** habría cometido conductas de competencia desleal en la modalidad de actos de engaño, mediante la difusión de publicidad en el producto con información objetiva falsa.

A efectos de evaluar la publicidad de forma objetiva, debe tenerse en cuenta lo dispuesto en el numeral 2 del artículo 21 del Decreto Legislativo N°1044, el cual delimita la interpretación integral y superficial que recae en un anuncio publicitario:

“Dicha evaluación se realiza sobre todo el contenido de un anuncio, incluyendo las palabras y los números, hablados y escritos, las presentaciones visuales, musicales y efectos sonoros, considerando que el destinatario de la publicidad realiza un análisis integral y superficial de cada anuncio publicitario que percibe”.

Por su parte los autores García y Sosa (2014) consideran que la mención “superficial” se refiere a que el destinatario de la publicidad realiza una interpretación espontánea del anuncio en cuestión. Por ende, se proscribe cualquier tipo de interpretación forzada o rebuscada del mensaje publicitario.

Ahora bien, los citados autores precisan sobre la mención “integral” que esta expresa que el anuncio publicitario se analiza en su totalidad, por ello no es posible que el anuncio sea evaluado por fragmentos, obviando elementos que lo integren.

Siguiendo la misma línea, a través de la Resolución N°0144-2020/SDC-INDECOPI se precisa que en cuanto al análisis de la publicidad, este se debería realizar de manera integral, tomando en cuenta que el consumidor quedará influenciado por un examen superficial del mensaje, transmitido a partir de los elementos que componen el anuncio.

Cabe resaltar que la mencionada resolución expresa que el consumidor en condición de destinatario e intérprete de la publicidad, define bajo sus propios parámetros el mensaje publicitario. Es por ello que, debe tenerse presente el contexto del segmento del mercado vinculado al producto o servicio anunciado, a fin de lograr una mejor aproximación a lo que los consumidores entienden naturalmente.

Al respecto, debe tenerse presente que la Resolución N°1602-2007/TDC-INDECOP, desarrolló una metodología de evaluación que permite determinar si la información difundida a través de medios publicitarios, infringe el principio de veracidad o no. Y es así que en la Resolución N°0144- 2020/SDC-INDECOP señala los siguiente en cuanto a los pasos:

- (i) **delimitación del mensaje:** se debe establecer, a partir de una apreciación integral y superficial de la publicidad, en qué consiste el mensaje que reciben los consumidores; y,
- (ii) **verificación de veracidad del mensaje:** una vez delimitado dicho mensaje, la autoridad constatará si el anunciante cuenta con medios de prueba constituidos con anterioridad al inicio de difusión de las piezas publicitarias bajo análisis, en aplicación del deber de sustanciación previa recogido en el artículo 8.4 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal y, de ser el caso, determinará si tales elementos prueban la veracidad de lo transmitido.

En aplicación a la metodología antes señalada, se desprende de la publicidad del producto "Aval, alcohol en gel" las siguientes afirmaciones:

*Antibacterial*  
*Natural*  
*Hidratante*  
*Sapolio +200 años de calidad*

Habiendo delimitado el mensaje, corresponde verificar si el mensaje se condice con la realidad. Para ello, la denunciada tenía el deber de contar con los medios de prueba previos que demuestren fehacientemente sus afirmaciones.

En este punto, es indispensable recalcar la diferencia entre la publicidad en el empaque y el rotulado a efectos de continuar con el análisis. Por un lado, la publicidad en el empaque, de acuerdo con el inciso i) del artículo 59 del Decreto Legislativo N°1044, es toda aquella que se encuentra fijada en el empaque, en el envase o en el cuerpo del producto y posee finalidad persuasiva. Mientras que, el rotulado no tiene naturaleza publicitaria, por lo que no se considera publicidad en el producto.

En el caso materia de análisis, las afirmaciones consignadas forman parte de la publicidad y no del rotulado, por ello, por cada una de las cuatro afirmaciones realizadas debe verificarse si el proveedor denunciado contaba con los medios probatorios necesarios para acreditar que previamente al diseño e ingreso de la publicidad al mercado, sus productos tenían esas características, en virtud al deber de sustanciación previa.



Cabe señalar que, las pruebas deben ser proporcionadas por el proveedor, en la medida que según lo dispuesto en el Decreto Legislativo N° 1044, es en quien recae la carga de la prueba de acreditar la veracidad de sus afirmaciones respecto a las características del producto. Igualmente, se debe tener en cuenta que los medios probatorios que presente la empresa denunciada deben permitir a la autoridad formar plena convicción respecto a las evidencias previas.

Las afirmaciones consignadas en la publicidad son meramente objetivas, es así que deberán ser sometidas al principio de veracidad. Cabe agregar que las afirmaciones objetivas son medibles, por lo que el anunciante se encuentra en la capacidad de comprobar tales afirmaciones.

En relación a la afirmación “antibacterial” se debe indicar que, existe normativa sectorial que regula la cantidad de alcohol que deben contener estos productos para ser antiséptico. De esta forma, la Sala Especializada en Defensa de la Competencia correctamente evaluó dicha normativa a efectos de determinar si dicho mensaje constituía un acto de engaño o no.

Por otro lado, respecto a la afirmación “natural” es importante acotar que tal y como señaló la Sala, esta afirmación objetiva no hace referencia al tipo de elementos con los que el producto ha sido elaborado, sino más bien a la fragancia y color, en este punto se debe tener presente al contexto del mercado. Igualmente, no se debe dejar de lado que este resulta ser un producto de consumo repetitivo, por lo que los consumidores en virtud a su experiencia adquirida saben y conocen que estos productos suelen tener fragancias y olores. Sobre este aspecto, la Sala revisó las diversas ofertas comerciales de este tipo de producto y así, pudo determinar que efectivamente las presentaciones de los mismos suelen variar en cuanto a su color y fragancia.

De la revisión del expediente, se ha observado que respecto de la afirmación “+200 años de calidad” el proveedor no pudo acreditar la veracidad, así como respecto a la afirmación “hidratante”, pese a que, por su naturaleza objetiva, era de posible acreditación. Puntualmente, respecto a la afirmación “+200 años de calidad” la Sala ha indicado que dicha frase inspira confianza en los consumidores y le otorga un valor preponderante frente a las ofertas comerciales de los competidores que no poseen dicha característica.

## CAPÍTULO III

### POSICIÓN FUNDAMENTADA SOBRE LOS PROBLEMAS JURÍDICOS IDENTIFICADOS

Rodríguez y Sosa (2014) han manifestado que los actos de engaño no se ciñen únicamente a los casos de falsedad, sino que la represión de los actos de engaño tiene una vocación amplia en tanto no solo se sancionan las expresiones falsas; sino también son sancionadas determinadas expresiones que siendo verdaderas, son susceptibles de tener por efecto real o potencial la inducción a error. Es por ello que, los autores afirman que el deber de no engañar establecido en el Decreto Legislativo N° 1044, no debe ser entendido únicamente como un deber de “no mentir” sino como un deber de “no inducir a error”.

Aramayo, Gagliuffi, Maguiña, Rodas, Sosa y Stucchi (2013), han señalado respecto a los actos de engaño que:

*“Este tipo infractor consagra el “deber de sustanciación previa”, como herramienta para determinar la veracidad y la exactitud de los mensajes materia de análisis en un procedimiento administrativo. Señalan también que, este mecanismo dota de eficacia y rapidez a la administración para poder determinar la veracidad de los mensajes de naturaleza comercial, en la medida que se podrá requerir los medios probatorios que sustenten los mensajes de naturaleza comercial, caso contrario, devendrían en no veraces y en consecuencia engañosos”. (p.171)*

Con el fin de verificar si la denunciada incurrió en actos de competencia desleal en la modalidad de actos de engaño, resulta ineludible analizar el mensaje que busca transmitir en cada una de las frases consignadas en el etiquetado del producto:

#### **3.1. POSICIÓN FUNDAMENTADA RESPECTO DEL PRIMER PROBLEMA JURÍDICO: AFIRMACIÓN “ANTIBACTERIAL”**

La afirmación señalada hace referencia a que el producto en cuestión tuvo como insumo básicamente al alcohol, el mismo que tiene propiedades antibacterianas. Respecto a ello, se debe tener en cuenta que de acuerdo a “Guía Técnica para la Implementación del Proceso de Higiene de Manos en los Establecimientos de Salud”, aprobado por Resolución Ministerial N°255- 2016/MINSA del 14 de abril de 2016, en la que señala que el desinfectante alcohólico para la fricción de las manos es aquel producto alcohólico (líquido, gel o espuma) destinado a la aplicación en las manos con la finalidad de reducir el crecimiento de microorganismos.

Adicionalmente, en el anexo 2 de la “Guía Técnica para la Implementación del Proceso de Higiene de Manos en los Establecimientos de Salud”, aprobado por Resolución Ministerial N°255- 2016/MINSA del 14 de abril de 2016, se detalla que los Agentes para higiene antiséptica de manos y características de diferentes productos. Particularmente, según la clasificación del Grupo de Alcoholes se ha indicado que estos deben poseer una concentración óptima del 60% y 90%. En este extremo, atendiendo a que, en la etiqueta del producto cuestionado, establece que el producto está compuesto por un 62% de

alcohol, no constituye un acto de engaño debido a que este producto efectivamente, si es un producto antibacterial.

En consecuencia, se puede concluir que la afirmación realizada por el proveedor denunciado es un tipo de publicidad objetiva que, si puede ser acreditada y por ello se considera que en el presente caso cumple con las exigencias técnicas del Ministerio de Salud, para calificar como antibacterial, en función al porcentaje de alcohol con el que cuentan.

### **3.2. POSICIÓN FUNDAMENTADA RESPECTO DEL SEGUNDO PROBLEMA JURÍDICO: AFIRMACIÓN “NATURAL”**

En este punto, resulta importante acotar lo señalado en los Lineamientos sobre Competencia Desleal y Publicidad del INDECOPI:

*“En esa línea, el artículo 13 del Código de Protección y Defensa del Consumidor establece que la protección del consumidor frente a la publicidad tiene por finalidad proteger a los consumidores de la asimetría informativa en la que se encuentran y de la publicidad engañosa o falsa que de cualquier manera, incluida la presentación o en su caso por omisión de información relevante, induzcan o puedan inducir a error sobre el origen, la naturaleza, modo de fabricación o distribución, características, aptitud para el uso, calidad, cantidad, precio, condiciones de venta o adquisición y, en general, sobre los atributos, beneficios, limitaciones o condiciones que corresponden a los productos, servicios, establecimientos o transacciones que el agente económico que desarrolla tales actos pone a disposición en el mercado; o que los induzcan a error sobre los atributos que posee dicho agente, incluido todo aquello que representa su actividad empresarial”. (p.19)*

Corresponde en este punto, acotar lo manifestado por la Sala Especializada en Defensa de la Competencia en la Resolución N°0026- 2021/SDC-INDECOPI, puesto que ha indicado lo siguiente:

*“Asimismo, hay que tener en cuenta que uno de los principales elementos que forma la experiencia previa de un consumidor está dado por el comportamiento de los demás competidores que participan en el mismo mercado del anunciante. Ciertamente, los elementos contenidos en un soporte publicitario son percibidos por el consumidor y dotados de contenido tanto en función de su observación de las características publicitarias, como de las condiciones bajo las cuales otros agentes que concurren en el mismo mercado del anunciante ofrecen similares bienes y servicios (...)” (p.10)*

Siendo ello así, resulta razonable que un consumidor pueda comparar el mismo producto de diferentes marcas, para poder entender que el término “natural” hace alusión a la fragancia del producto y no a que contenga insumos naturales.

### **3.3. POSICIÓN FUNDAMENTADA RESPECTO AL TERCER PROBLEMA JURÍDICO: “HIDRATANTE”**

En este extremo, de igual manera debe tenerse presente los Lineamientos sobre Competencia Desleal y Publicidad del INDECOPI, respecto a lo interpretado en virtud del artículo 13 del Código de Protección y Defensa del Consumidor.

Es así que, la “Guía Técnica para la Implementación del Proceso de Higiene de Manos en los Establecimientos de Salud”, aprobado por Resolución Ministerial N°255-2016/MINSA del 14 de abril de 2016, preceptúa que:

“... los desinfectantes alcohólicos para la fricción de las manos pueden contener uno o más tipos de alcohol con excipientes, otros principios activos y humectantes...”(p.2).

En consecuencia, la afirmación vertida por el proveedor es objetiva y debía ser acreditada por el proveedor denunciado; es decir, debía acreditarse que su producto es hidratante en tanto el insumo y cantidad le otorgan dicha característica, es posible acreditar ello a través de un informe de un químico farmacéutico, por ejemplo.

### **3.4. POSICIÓN FUNDAMENTADA RESPECTO AL CUARTO PROBLEMA JURÍDICO: “SAPOLIO +200 AÑOS DE CALIDAD”**

De la revisión del expediente se desprende que **I.I. S.A.** presentó como medios de prueba para acreditar la afirmación en cuestión los enlaces de ciertas páginas *web* en los cuales se indicaría que la marca habríaingresado al mercado hace más de 200 años.

Dichos medios probatorios (links de páginas *web*) no fueron evaluados por la Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal.

No obstante, la Sala Especializada en Defensa de la Competencia valoró las páginas *web*, motivando las razones por las cuales no generaban convicción respecto a la afirmación de los “+200 años de calidad”.

Respecto a este punto, como se señaló previamente, en los numerales 7.1 y 7.2 respectivamente del artículo 7 del Decreto Legislativo N°1044, ha preceptuado que:

“La determinación de la existencia de un acto de competencia desleal no requiere que se acredite conciencia o voluntad sobre su realización. Así como, tampoco será necesario que se acredite la generación de un daño efectivo en perjuicio de otro concurrente, los consumidores o el orden público económico, tan solo basta que la generación del daño sea potencial”. (p.3)

En ese sentido, en este caso no fue necesario acreditar la desviación de la demanda en el mercado, como un elemento de acreditación de la generación de un daño efectivo en perjuicio de otro concurrente. Cabe añadir que, el solo hecho de haber consignado en la publicidad en empaque que el producto poseía cientos de años en el mercado inspira confianza en los consumidores para la adquisición, y como ya se señaló, a su vez ello ocasiona que se le otorgue un valor sobresaliente frente a otras ofertas comerciales que no poseen tal característica.

## CAPÍTULO IV

### POSICIÓN FUNDAMENTADA SOBRE LAS RESOLUCIONES EMITIDAS

#### 4.1. CON RELACIÓN A LA RESOLUCIÓN FINAL N° 0186-2019/CCD-INDECOPI

Respecto a los principales problemas jurídicos, la Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal, según la Resolución Final N°0186-2019/CCD-INDECOPI resolvió lo siguiente:

**PRIMERO:** Declarar **FUNDADA** la denuncia presentada por la señora **M.E.R.C.** en contra de **I.I. S.A.**, por la comisión de actos de competencia desleal en la modalidad de engaño, supuesto establecido el artículo 8° del Decreto Legislativo N°1044.

**SEGUNDO: SANCIONAR** a **I.I. S.A.** con una multa de diez (10) Unidades Impositivas Tributarias; y, **ORDENAR** su inscripción en el Registro de Infractores creado por la Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal.

**TECERO: ORDENAR** a **I.I. S.A** en calidad de medida correctiva, el cese definitivo e inmediato de la comercialización del producto “Aval, Alcohol en Gel”, en tanto se informe en la publicidad del empaque lo siguiente: “Antibacterial”, “Natural”, “Hidratante” y “Sapolio +200 años de calidad”;y, dichas afirmaciones no sean ciertas.

**CUARTO: CONDENAR** a **I.I. S.A** asuma al pago de costas y costos del presente procedimiento a favor de la señora **M.E.R.C...**” (p.9 y 10)

En este sentido, opino:

**ME ENCUENTRO PARCIALMENTE DE ACUERDO CON LO QUE HA SIDO RESUELTO**, puesto que luego de haber llevado a cabo un análisis integral de las normas aplicables, así como de los medios probatorios aportados, se colige lo siguiente:

- a) Previamente, manifiesto que me encuentro de acuerdo con la Comisión en el extremo que señala que las cuatro afirmaciones tienen un carácter objetivo, razón por la cual, sobre ellas recae el deber de sustanciación previa, con anterior a la difusión de la publicidad en el mes de febrero de 2010.
- b) Respecto a la publicidad “antibacterial”, considero que dicho extremo debió ser declarado infundado, en tanto las normas sectoriales del Ministerio de Salud, señalan cuál es el porcentaje de concentración de alcohol que tiene que tener un producto para ser antiséptico.

Es así que el documento denominado “*Guía Técnica para la Implementación del Proceso de Higiene de Manos en los*”

*Establecimientos de Salud*”, aprobado por Resolución Ministerial 255-2016/MINSA del 14 de abril de 2016, establece que entre los agentes para la higiene antiséptica – antibacterial de manos, el que cuente con una velocidad de acción más rápida es el alcohol con una concentración óptima de entre 60% y 90%.

En el presente caso, según se observa de la etiqueta del producto, el porcentaje de concentración de alcohol es de 62%, porcentaje que se encontraría dentro del rango establecido en la referida Resolución Ministerial 255- 2016/MINSA.

En este extremo si bien no fue la propia denunciante quien alegó la existencia de esta base normativa, que determina que su publicidad se encontraba previamente sustentada, en base al deber de impulso de oficio, correspondía a la Comisión de Fiscalización de Defensa de la Competencia Desleal indagar sobre la base normativa vigente que determine objetivamente el grado de concentración que debía tener el producto para usar la afirmación objetiva de “antibacterial”.

Debe tenerse presente que, en este caso no se cuestiona si el producto tiene el 62% de alcohol, es decir, no se cuestiona su composición, en la medida que lo que se cuestiona es si con el porcentaje publicitado y no cuestionado, cumple con las funciones antisépticas requeridas por la propia naturaleza del producto.

En consecuencia, estoy en desacuerdo con este extremo que debió ser declarado INFUNDADO, considerando que existe base normativa sectorial, emitida por la Autoridad Nacional de Salud que contempla los rangos porcentuales del alcohol antibacterial.

- c) Respecto al extremo del uso de la publicidad “natural”, no me encuentro de acuerdo con lo sustentado por la Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal, en la medida que la referencia a que el uso de la palabra “natural” está orientada a su aroma (natural o neutro, fresa, lavanda, entre otros), no a sus componentes, considerando que es un producto que tiene alcohol y tiene una función antibacteriana, es poco probable que dicha publicidad desoriente a un consumidor.
- d) Respecto a la afirmación “Hidratante”, estoy de acuerdo con la Comisión, en la medida que la empresa denunciada contaba con los elementos para acreditar que su producto es hidratante, por ejemplo, a través de un estudio de laboratorio, lo cual no se produjo en el presente caso, aunado al hecho que dicho estudio o acreditación debía haberse realizado de manera previa, en atención al principio de sustanciación previa contenida en el artículo 8.4 del Decreto Legislativo N°1044.
- e) Con relación a la afirmación Sapolio “200 años de calidad”, coincido con la Comisión en el extremo que sanciona a la empresa denunciada, en la medida que no acreditó tal permanencia en el mercado.

Cabe señalar que, la información contenida en la página web de la empresa u otros buscadores, solo recogen información de sus afirmaciones las cuales son manipulables.

En ese sentido, la remisión de enlaces de páginas web no constituyen medios de prueba suficientes para acreditar la veracidad, en tanto estos podrían haber sido manipulados por la propia denunciada. Asimismo, si bien es cierto en las páginas web se ha consignado información acerca de la fecha de entrada al mercado de la empresa, ello no permite comprobar de manera fehaciente que ello sea cierto pues no existe documento de fecha cierta que lo respalde.

Por tanto, atendiendo a que el análisis de los anuncios debe realizarse de manera espontánea, sin interpretaciones forzadas, es posible indicar que dicha afirmación si constituye un acto de engaño. Ello obedece, a que como ya ha sido mencionado líneas arriba, la denunciada no cuenta con medio probatorio alguno que acredite la veracidad de la premisa. En este punto, debemos mencionar nuevamente que los destinatarios de la publicidad podrían tomar sus decisiones de consumo en virtud de la afirmación publicitada, pues de acuerdo con lo consignado en el empaque el hecho de contar con más 200 años de calidad inspira confianza en los consumidores.

Sobre el particular, existe un antecedente en el cual se evaluó un extremo similar al cuestionado, efectuado por la Sala en la Resolución N°049-2021/SDC-INDECOPI. En dicha oportunidad se evaluó la afirmación “cuenta con 16 años de experiencia” correspondiente a la publicidad de una inmobiliaria denunciada y determinó que sicerrespondía la aplicación de una sanción.

Adicionalmente, en la precitada Resolución, la Sala evaluó el medio probatorio presentado por la denunciada el cual correspondía a la escritura pública de constitución de la Constructora, lo cual acreditó que la empresa contaba con doce (12) años de experiencia efectiva al haberse constituido en el año 2006. Por ello la Sala manifestó que al no haberse presentado medio probatorio que acredite la denunciada cuenta con los dieciséis (16) años de experiencia, se verificó la comisión de actos de engaño en tal extremo. En ese sentido, un medio probatorio idóneo para acreditar la afirmación “200 años de calidad” hubiese sido la escritura pública de constitución de la empresa denunciada.

- f) Finalmente, respecto a los criterios de graduación de la sanción, la Comisión se ha limitado a enlistar los criterios para determinar la gravedad de la infracción y graduación la sanción que se encuentran en el artículo 53° del Decreto Legislativo N°1044.
- g) Sobre la debida motivación, el autor León (2015) ha precisado que: *“el cumplimiento del Principio de Debida Motivación permite que el*

*administrado tenga el derecho de conocer anticipadamente y mediante una clara y motivada descripción, los hechos analizados por la Administración Pública y la fundamentación jurídica llevada a cabo para dicho análisis, siendo que, de no garantizarse dicha situación, se corre el riesgo de que el pronunciamiento de la autoridad competente revista características de arbitrariedad”.*

- h) Respecto a este punto, debo manifestar que me encuentro en DESACUERDO pues en virtud del requisito de validez del acto administrativo referido a la motivación, correspondía que la Comisión desarrolle y analice los criterios de graduación de la sanción, a fin de establecer una sanción proporcional y razonable.

Siguiendo dicha línea, la Sala de Defensa de la Competencia a través de su Resolución N°00018- 2018/SDC-INDECOPI ha indicado lo siguiente: “En efecto, no se evidencia que dicho órgano resolutorio contara con una base que le permita acreditar que la referida proporción corresponda, en efecto, a un beneficio ilícito, como podría ser -por ejemplo- el uso de períodos comparables o, en su defecto, algún estudio que acredite el impacto de la publicidad en las ventas del producto promocionado”.

Por todo lo mencionado, considero que el análisis de la Comisión, tanto de las normas, como de los medios probatorios, ha sido parcialmente correcto.

#### **4.2. CON RELACIÓN A LA RESOLUCIÓN N° 0102-2020/SDC-INDECOPI**

Con relación a los problemas jurídicos, la Sala Especializada en Defensa de la Competencia, en la Resolución N°0102-2020/SDC-INDECOPI resolvió lo siguiente:

**PRIMERO: REVOCAR** la Resolución N°186-2019/CCD-INDECOPI, en el extremo que declaró fundada la denuncia interpuesta por la señora **M.E.R.C.** contra **I.I. S.A.**, por la presunta comisión de actos de engaño, supuesto previsto en el artículo 8 del Decreto Legislativo N°1044, debido a la difusión de publicidad en la etiqueta del producto “Aval, alcohol en gel”, en su presentación de 380 ml, consignando la afirmación de que dicho producto sería “antibacterial” y “natural” y reformándola, se declara **INFUNDADA**.

**SEGUNDO: CONFIRMAR** la resolución N°186-2019/CCD-INDECOPI, en el extremo que declaró fundada la denuncia interpuesta por la señora **M.E.R.C.** contra **I.I. S.A.** por la presunta comisión de actos de engaño, supuesto previsto en el artículo 8 del Decreto Legislativo 1044, debido a la difusión de publicidad en la etiqueta del producto “Aval, Alcohol engel”, en su presentación de 380 ml, consignando las afirmaciones de que dicho producto sería “hidratante”, así como “Sapolio + de 200 años de calidad”.

**TERCERO: DECLARAR LA NULIDAD** de la resolución N°186-2019/CCD-INDECOPI, en el extremo que impuso a I.I. S.A. una multa ascendente a 10 (diez) Unidades Impositivas Tributarias y, en aplicación de lo dispuesto en el artículo 227.2 del TUO de la LPAG, corresponde **IMPONER** a dicha empresa una multa ascendente a 5 (cinco) Unidades Impositivas Tributarias.

**CUARTO: MODIFICAR** la medida correctiva impuesta a I.I. S.A., quedando de



la siguiente forma:

**ORDENAR** a **I.I. S.A.**, en calidad de medida correctiva, el cese definitivo e inmediato de la comercialización del producto “Aval,Alcohol en gel”, en tanto su publicidad en empaque se informe que este es “Hidratante”, así como consigne “Sapolio +200 años de calidad” y dichas afirmaciones no sean ciertas.

**QUINTO: CONFIRMAR** la Resolución N°186-2019/CCD-INDECOPI, en el extremo que ordenó a **I.I. S.A.**, el pago de costas y costos del presente procedimiento a favor de la señora **M.E.R.C.**

**SEXTO: REQUERIR** a **I.I. S.A.**, el cumplimiento espontáneo de la multa impuesta en la presente resolución, bajo apercibimiento de iniciar el medio coercitivo específicamente aplicable, de acuerdo con lo establecido en el numeral 4 del artículo 205 del TUO de la LPAG, precisándose además que los actuados serán remitidos a la Sub-Gerencia de Ejecución Coactiva para los fines de la ley”. (p.32 y 33)

En relación a lo señalado líneas arriba, mi postura sobre el particular es:

**ESTOY DE ACUERDO CON LO RESUELTO**, por cuanto considero que:

- a) En cuanto al termino “natural” opino que es usual que esta clase de productos, se ofrezcan con un particular aroma y/o color. Asimismo, es importante tomar en cuenta que los consumidores no esperarán un producto elaborado a base de elementos naturales. Es así que, cuando se incluya en la etiqueta el término “natural”, tomando en cuenta el contexto del mercado y la experiencia de los consumidores, estos esperarán que el término “natural” haga referencia a que tal producto carece de aroma o color alguno añadido.
- b) A ello debo agregar que los insumos químicos que tienen por finalidad cumplir con funciones antimicóticas, antibacteriales, antifúngicos u otros, contienen sustancias químicas para cumplir su función, correspondiendo a la excepcionalidad que dichos productos contengan agentes naturales, los cuales son bien diferenciados en el mercado.
- c) De igual manera, coincido con lo referido por la Sala en cuanto a que se ha podido comprobar que la afirmación “Natural” contenida en la etiqueta del producto “Aval, Alcohol en gel” materia de análisis, concuerda con las peculiaridades usuales o habituales a las que alude, pues es un producto incoloro con aroma neutro.
- d) Cabe destacar que, la Sala realizó un contraste con otros productos de similar naturaleza, concluyendo que en el etiquetado del gel se consigna la denominación del aroma, el cual puede ser: natural o neutro, fresa, lavanda, entre otros. De igual forma, en virtud al aroma del producto, este tendrá un color particular que se encuentre relacionado al aroma. En el caso del aroma natural o neutro, este suele ser transparente.
- e) Por otro lado, en cuanto a la afirmación “hidratante” la Sala ha estimado en esta resolución que no se ha presentado algún informeo estudio que contenga un análisis o evaluación del producto precisando la cantidad de glicerina o aloe

vera que posee y que tales cantidades tendrían como efecto la hidratación de la piel.

Siendo ello así y teniendo en cuenta que en la etiqueta del producto sí se consignó que el gel poseía dentro de sus ingredientes aloe vera y glicerina, no solo correspondía que se realice una “declaración de parte”, considerando que correspondía además que se acredite que dichos insumos estuvieran contenidos en el gel, como componente o insumo.

No obstante, este extremo correspondía al primer filtro de acreditación, puesto luego de acreditarse que el producto contenía ambos componentes, se debía acreditar que estos – en función o mezcla con los demás – tenían una función hidratante, debido a que la hidratación es una consecuencia de la adición de un insumo determinado.

Por otra parte, debe tenerse presente que la Sala precisó que:

“...de la revisión efectuada de la NSO, se observa que dicho documento no aborda ni se pronuncia respecto de los términos y/o elementos publicitarios que contiene la etiqueta; y, que dicho documento no se evalúan aspectos publicitarios sobre el producto ni la forma de presentación publicitaria de la etiqueta (de manera gráfica o escrita); es decir, si esta última podía o no inducir a error a los demás agentes en el mercado. (p.18)

Es por ello que en la resolución de la Sala se afirmó que:

“...la NSO no constituye el documento o medio probatorio idóneo a ser tomado en cuenta para analizar la veracidad de la afirmación cuestionada, pues esta evaluación es de exclusiva competencia del Indecopi. Por tanto, corresponde desestimar este argumento de I.I. S.A...” (p.18)

Si bien coincido con la posición con la posición de la Sala, debo manifestar que concuerdo, pero con diferentes fundamentos.

Sobre el particular, más allá que sea competencia de INDECOPI, se verifica que las NSO no tienen por finalidad garantizar los ingredientes o compuestos de cada producto que ingresa al mercado, puesto que ello se da con el registro sanitario que otorga DIGEMID.

- f) Respecto a la graduación de la sanción, se observa en la Resolución de la Sala, que esta solo se pronunció sobre las afirmaciones “Hidratante” y “Sapolio +200 años de calidad”, en tanto las otras dos afirmaciones denunciadas fueron revocadas de fundadas a infundadas por la referida Sala.

La Sala no aplicó el criterio de “beneficio ilícito” señalando que no contaba con elementos que le permitieran realizar el cálculo de la multa, aplicando otros criterios como el “alcance y modalidad”, considerando los 9 años que la publicidad fue difundida, considerando un “alcance mediano”.

Sobre este extremo me encuentro de acuerdo con los criterios utilizados en la medida que no toda la publicidad fue engañosa, lo que origina una dificultad en la Sala para determinar y disgregar el beneficio ilícito de una publicidad falsa.

Finalmente, estoy de acuerdo con el concurso de infracciones aplicado en el presente caso, porque dicha aplicación se adecúa a lo dispuesto en el numeral 6 del artículo 248 del TUO de la LPAG<sup>1</sup>, en la medida que una misma conducta generó la difusión de dos mensajes engañosos.

- g) Sobre el extremo que dispuso modificar la medida correctiva impuesta ordenando el cese definitivo e inmediato del producto “Aval, Alcohol en gel”, en tanto que en la publicidad en empaque se informe que el mismo es “Hidratante”, así como se consigne “Sapolio +200 años de calidad” y dichas afirmaciones no sean ciertas, debo señalar que estoy de acuerdo con el dictado de la medida correctiva, puesto que, tiene por finalidad que los consumidores orienten su preferencia respecto a un producto que no acreditó la veracidad de sus afirmaciones, lo que afecta a otros proveedores que sí ostentan ese tipo de características.

Como bien ha señalado el profesor Moron Urbina (2010) en la mayoría de las situaciones, la medida correctiva se impone cuando los ilícitos ya fueron cometidos o se encuentran en proceso de ejecución continuada, para ello se declaran o crean obligaciones de dar, hacer o no hacer al infractor a fin de revertir o reestablecer la situación alterada a través de la supresión o disminución de los efectos negativos ocasionados por el ilícito.

Finalmente, debo señalar que la Sala ha realizado un análisis más puntual a diferencia de la Comisión, evaluando considerablemente los medios probatorios que fueron presentados por partes involucradas en el procedimiento.

---

<sup>1</sup> **Artículo 248.- Principios de la potestad sancionadora administrativa**

La potestad sancionadora de todas las entidades está regida adicionalmente por los siguientes principios especiales:

**6. Concurso de infracciones.-** Cuando una misma conducta califique como más de una infracción se aplicará la sanción prevista para la infracción de mayor gravedad, sin perjuicio que puedan exigirse las demás responsabilidades que establezcan las leyes.

## CAPÍTULO V

### CONCLUSIONES

- 5.1. El procedimiento administrativo sancionador – trilateral iniciado contra la empresa I.I. S.A. se inicia por infracción del artículo 8 del Decreto Legislativo N°1044, al considerarse un acto de competencia desleal en la modalidad de engaño, consignar en la etiqueta del producto “Aval, Alcohol en gel”, las siguientes afirmaciones: “Antibacterial”, “Natural”, “Hidratante” y “Sapolio +200 años de calidad”, cuando estas no serían ciertas.
- 5.2. Se cumple con la dinámica probatoria, siendo, principalmente, la empresa **I.I.S.A.** quien, en el marco del deber de sustanciación previa, tenía la obligación de acreditar la veracidad de las características de su producto "Aval, Alcohol en gel", previamente a la difusión de la publicidad.
- 5.3. El trámite del procedimiento administrativo sancionador - trilateral, ha seguido el íter procedimental correspondiente, al haberse respetado las fases de este:
  - Denuncia
  - Inicio de Procedimiento Administrativo Sancionador – Trilateral.
  - Descargos al inicio del Procedimiento Administrativo Sancionador – Trilateral.
  - Resolución de la Comisión
  - Recurso de Apelación.
  - Resolución de la Sala
- 5.4. La Comisión no realizó una adecuada valoración de los argumentos y los medios probatorios presentados por la denunciada, a efectos de declarar fundada la denuncia. Es por ello que, respecto a la motivación y resolución del caso, me encuentro de acuerdo con lo resuelto por la Sala, en la medida que en base a los cuestionamientos de la empresa denunciada, elaboró una resolución con mayor motivación, a través de la cual se valoraron los medios probatorio como los links de páginas web y el monto de la multa impuesta como sanción, además de consignar ejemplos de cómo hubiese podido la empresa denunciada acreditar la veracidad de cada una de sus afirmaciones, realizando además una búsqueda de base legal, que permitiese resolver el extremo referido a la afirmación de “antibacterial”.

## CAPÍTULO VI

### BIBLIOGRAFÍA

- 6.1. Rodríguez, G., & Sosa, A. (2014). Con licencia para anunciar: Un tratado del Derecho Publicitario en el Perú (1.a ed.). Asociación Civil THEMIS.
- 6.2. Luna, L. M. L. (2015). ¡Exijo una Explicación! . . . La Importancia de la Motivación del Acto Administrativo | Derecho & Sociedad. Derecho & Sociedad. <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/derechoysociedad/article/view/15249>.
- 6.3. Stucchi, P. (2007). Aplicación de los principios de licitud sobre los diferentes tipos de publicidad comercial. Ius Et Veritas.
- 6.4. Morón, J. (2010). Los actos-medidas (medidas correctivas, provisionales y de seguridad) y la potestad sancionadora de la Administración | Revista de Derecho Administrativo. Revista de Derecho Administrativo. <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/derechoadministrativo/article/view/13710>
- 6.5. Aramayo, A. Gagliuffi, I. Maguiña, R. Rodas, C. Sosa, A. Stucchi, “Análisis de las Funciones del Indecopi a la luz de las decisiones de sus Órganos Resolutivos”. Primera Edición. Lima. 2013.
- 6.6. Lineamientos sobre Competencia Desleal del INDECOPI. Enlace web: <https://repositorio.indecopi.gob.pe/bitstream/handle/11724/7793/Lineamientos%20sobre%20Competencia%20Desleal%20y%20Publicidad%20Comercial%200%282019%29VF..pdf?sequence=2&isAllowed=y>  
Tomado el (24.04.22)

### FUENTES LEGALES:

- 6.7. Constitución Política del Perú.
- 6.8. Decreto Legislativo N°1044, Ley de Represión de la Competencia Desleal.
- 6.9. Decreto Legislativo N°1033, Decreto Legislativo que Aprueba la Ley de Organización y Funciones del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual – INDECOPI.
- 6.10. Texto Único Ordenado de la Ley 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General, aprobado por Decreto Supremo 004-2019- JUS.
- 6.11. Resolución Ministerial N°255- 2016/MINSA, Guía Técnica para la Implementación del Proceso de Higiene de Manos en los Establecimientos de Salud.



PERÚ

Presidencia  
del Consejo de Ministros

INDECOPI

TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE  
LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL  
Sala Especializada en Defensa de la Competencia

RESOLUCIÓN 0102-2020/SDC-INDECOPI

EXPEDIENTE 0037-2019/CCD

**PROCEDENCIA** : COMISIÓN DE FISCALIZACIÓN DE LA COMPETENCIA DESLEAL

**DENUNCIANTE** : [REDACTED]

**DENUNCIADO** : INTRADEVCO INDUSTRIAL S.A.<sup>1</sup>

**MATERIA** : COMPETENCIA DESLEAL  
ACTOS DE ENGAÑO  
GRADUACIÓN DE LA SANCIÓN

**ACTIVIDAD** : FABRICACIÓN DE JABONES Y DETERGENTES,  
PREPARADOS PARA LIMPIAR Y PULIR, PERFUMES Y  
PREPARADOS DE TOCADOR

**SUMILLA:** se **REVOCA** el extremo de la Resolución 186-2019/CCD-INDECOPI del 16 de octubre de 2019 que declaró **FUNDADA** la denuncia presentada por la señora [REDACTED] contra Intradevco Industrial S.A. por la presunta comisión de actos de engaño, supuesto previsto en el artículo 8 del Decreto Legislativo 1044 – Ley de Represión de la Competencia Desleal, debido a la difusión de publicidad en la etiqueta del producto “Aval, Alcohol en gel”, en su presentación de 380 ml., consignando las afirmaciones de que dicho producto sería “Antibacterial” y “Natural” y, reformándola, se declara **INFUNDADA**.

Con relación a la afirmación “Antibacterial”; de la revisión de la etiqueta del producto, así como de lo manifestado por Intradevco Industrial S.A. durante el procedimiento, se observa que el producto “Aval, Alcohol en gel” contiene 62% de alcohol. Por lo que, de acuerdo con los parámetros utilizados para considerar que el alcohol tiene un efecto desinfectante – antibacteriano (entre 60% y 90% de concentración de alcohol), el referido producto se encuentra dentro del rango para ser considerado como un producto “antibacterial”.

Sobre la afirmación “Natural”; considerando el contexto del mercado y la experiencia previa de los consumidores con relación a este tipo de productos (alcohol en gel) estos comprenderán que la frase “Natural” colocada en la etiqueta del producto hace referencia únicamente a que el producto no contiene aroma o color alguno, lo cual ha sido acreditado.

De otro lado, se **CONFIRMA** el extremo de la Resolución 186-2019/CCD-INDECOPI del 16 de octubre de 2019 que declaró **FUNDADA** la denuncia

<sup>1</sup> Persona jurídica identificada con RUC 20417378911.



PERÚ

Presidencia  
del Consejo de Ministros

INDECOPI

TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE  
LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL  
Sala Especializada en Defensa de la Competencia

RESOLUCIÓN 0102-2020/SDC-INDECOPI

EXPEDIENTE 0037-2019/CCD

presentada por la señora [REDACTED] contra Intradevco Industrial S.A. por la presunta comisión de actos de engaño, supuesto previsto en el artículo 8 del Decreto Legislativo 1044 – Ley de Represión de la Competencia Desleal, debido a la difusión de publicidad en la etiqueta del producto “Aval, Alcohol en gel”, en su presentación de 380 ml., consignando las afirmaciones de que dicho producto sería “Hidratante”, así como “Sapolio +200 años de calidad”.

Esta decisión se sustenta en que Intradevco Industrial S.A. no ha presentado medios probatorios suficientes y/o idóneos dirigidos a acreditar que el producto “Aval, Alcohol en gel” es, en efecto, un producto “hidratante”; así como tampoco obran pruebas que acrediten que la marca “Sapolio” brindaría en el mercado productos de calidad durante más de 200 (doscientos) años.

Asimismo, se declara la NULIDAD de la Resolución 186-2019/CCD-INDECOPI del 16 de octubre de 2019 en el extremo que sancionó a Intradevco Industrial S.A. con una multa de 10 (diez) Unidades Impositivas Tributarias, dado que la primera instancia graduó de manera global la multa sin disgregarla por cada una de las afirmaciones engañosas contenidas en la publicidad.

En aplicación del artículo 227 del Texto Único Ordenado de la Ley 27444 – Ley del Procedimiento Administrativo General corresponde establecer las siguientes sanciones de multa por la difusión de publicidad engañosa en la etiqueta del producto “Aval, Alcohol en gel”:

- (i) 5 (cinco) Unidades Impositivas Tributarias por la afirmación “Hidratante”; y,
- (ii) 2 (dos) Unidades Impositivas Tributarias por la frase “Sapolio +200 años de calidad”.

No obstante, dado que en el presente caso se ha verificado la existencia de un concurso ideal de infracciones (una misma conducta generó la difusión de dos mensajes engañosos), corresponde imponer a Intradevco Industrial S.A. la sanción de la infracción más grave, la cual asciende a 5 (cinco) Unidades Impositivas Tributarias.

**SANCIÓN: 5 (CINCO) UNIDADES IMPOSITIVAS TRIBUTARIAS**

Lima, 1 de septiembre de 2020

## I. ANTECEDENTES

M-SDC-02/02

Vigencia del Modelo: 2018-03-11

2/34



PERÚ

Presidencia  
del Consejo de Ministros

INDECOPI

TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE  
LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL  
Sala Especializada en Defensa de la Competencia

RESOLUCIÓN 0102-2020/SDC-INDECOPI

EXPEDIENTE 0037-2019/CCD

1. El 13 de febrero de 2019<sup>2</sup>, la señora [REDACTED] (en adelante la señora [REDACTED] o la denunciante) denunció a Intradevco Industrial S.A. (en adelante Intradevco o la denunciada) ante la Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal (en adelante la Comisión) por la presunta comisión de actos de competencia desleal en la modalidad de engaño, supuesto previsto en el artículo 8 del Decreto Legislativo 1044 - Ley de Represión de la Competencia Desleal (en adelante Ley de Represión de la Competencia Desleal)<sup>3</sup>, debido a la difusión de publicidad en la etiqueta del producto "Aval, Alcohol en gel", en su presentación de 380 ml., consignando las siguientes afirmaciones: "Antibacterial", "Natural", "Hidratante" y "Sapolio +200 años de calidad", cuando estas no serían ciertas.
2. Mediante Resolución s/n del 20 de marzo de 2019, la Secretaría Técnica de la Comisión admitió a trámite la denuncia presentada e imputó a Intradevco la presunta comisión de actos de competencia desleal en la modalidad de engaño. Asimismo, requirió a la denunciada la presentación de información relativa a la difusión de la publicidad cuestionada; así como a la comercialización del producto "Aval, Alcohol en gel"<sup>4</sup>.
3. El 10 de abril de 2019, Intradevco presentó sus descargos manifestando lo siguiente:
  - (i) Su empresa ha cumplido con consignar las indicaciones más relevantes en el rotulado del producto, las cuales -además- corresponden a las verdaderas propiedades que contiene.
  - (ii) El producto "Aval, Alcohol en gel", en efecto: (a) es antibacterial, pues es un producto de limpieza al que se le ha añadido ingredientes antimicrobianos

<sup>2</sup> Complementado con escrito del 4 de marzo de 2019.

<sup>3</sup> **DECRETO LEGISLATIVO 1044. LEY DE REPRESIÓN DE LA COMPETENCIA DESLEAL**  
**Artículo 8.- Actos de engaño.-**

8.1.- Consisten en la realización de actos que tengan como efecto, real o potencial, inducir a error a otros agentes en el mercado sobre la naturaleza, modo de fabricación o distribución, características, aptitud para el uso, calidad, cantidad, precio, condiciones de venta o adquisición y, en general, sobre los atributos, beneficios o condiciones que corresponden a los bienes, servicios, establecimientos o transacciones que el agente económico que desarrolla tales actos pone a disposición en el mercado; o, inducir a error sobre los atributos que posee dicho agente, incluido todo aquello que representa su actividad empresarial.  
(...)

<sup>4</sup> La Secretaría Técnica de la Comisión requirió a Intradevco la presentación de la siguiente información:

- (i) La fecha de inicio de la comercialización del producto "Aval, Alcohol en gel", en su presentación de 380 ml.;
- (ii) el número de unidades vendidas del producto "Aval, Alcohol en gel", en su presentación de 380 ml., desde la fecha de inicio de su comercialización hasta la fecha de notificación de la imputación de cargos;
- (iii) el monto de los ingresos brutos obtenidos por la venta del producto "Aval, Alcohol en gel", en su presentación de 380 ml., desde la fecha de inicio de su comercialización hasta la fecha de notificación de la imputación de cargos; y,
- (iv) el monto de los ingresos brutos percibidos en todas sus actividades económicas correspondientes al año 2018.





PERÚ

Presidencia  
del Consejo de Ministros

INDECOPI

TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE  
LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL  
Sala Especializada en Defensa de la Competencia

RESOLUCIÓN 0102-2020/SDC-INDECOPI

EXPEDIENTE 0037-2019/CCD

que matan bacterias y microbios; (b) es natural, por cuanto tiene una presentación neutra (sin fragancia); y, (c) es hidratante, toda vez que contiene glicerina y aloe vera.

- (iii) Con relación a la frase "Sapolio +200 años de calidad", cabe precisar que la marca "Sapolio" -que se encuentra ligada al producto en cuestión- forma parte de toda la cartera de marcas de su empresa. "Sapolio" fue creado en el año 1869, conforme se puede verificar en el enlace <http://sapolio.com.pe/en/about-us/>. Por tanto, la afirmación cuestionada sí es cierta.
  - (iv) Finalmente, informó que la fecha de inicio de comercialización del producto "Aval, Alcohol en gel" fue a partir de febrero de 2010<sup>5</sup>.
4. El 24 de septiembre de 2019, Intradevco presentó un escrito adicional señalando lo siguiente:
- (i) Con relación al uso de la palabra "antibacterial", esta fue autorizada por la Dirección General de Medicamentos, Insumos y Drogas (en adelante Digemid) del Ministerio de Salud al haber verificado que la fórmula del producto "Aval, Alcohol en gel" lleva 62% de alcohol como ingrediente activo.
  - (ii) Con relación al uso del término "Natural", este no se refiere a que el producto contiene ingredientes naturales. El empleo de este término se debe a que es el grupo cosmético o variedad con el que la Digemid emitió la Notificación Sanitaria Obligatoria (en adelante NSO) del producto. Al respecto, las variedades de los productos cosméticos se diferencian entre olor o color y, en el caso de la variedad natural, esta se refiere a que no lleva colorantes.
  - (iii) Con relación al uso del término hidratante, la NSO autoriza el uso de ese término, pues la fórmula del producto contiene ingredientes (aloe vera y glicerina) que tiene propiedades humectantes y protectoras de la piel.
5. Mediante Resolución 186-2019/CCD-INDECOPI del 16 de octubre de 2019, la Comisión declaró fundada la denuncia contra Intradevco por la comisión de actos de engaño, toda vez que dicha empresa no presentó medios probatorios que

<sup>5</sup> Asimismo, proporcionó la información sobre los ingresos percibidos por la comercialización de dicho producto.



PERÚ

Presidencia  
del Consejo de Ministros

INDECOPI

TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE  
LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL  
Sala Especializada en Defensa de la Competencia

RESOLUCIÓN 0102-2020/SDC-INDECOPI

EXPEDIENTE 0037-2019/CCD

acreditasen la veracidad de las afirmaciones difundidas y la sancionó con una multa de 10 (diez) Unidades Impositivas Tributarias (en adelante UIT). Asimismo, ordenó en calidad de medida correctiva el cese definitivo e inmediato de la comercialización del producto "Aval, Alcohol en gel", en tanto su publicidad en empaque informe lo siguiente: "Antibacterial", "Natural", "Hidratante" y "Sapolio +200 años de calidad" y dichas afirmaciones no sean ciertas. Finalmente, dispuso el pago de costas y costos del procedimiento incurridos por la denunciante.

6. La primera instancia sustentó su pronunciamiento en lo siguiente:
- (i) Del análisis superficial e integral de la publicidad, la Comisión advierte que las afirmaciones "Antibacterial", "Natural", "Hidratante" y "Sapolio+200 años de calidad", dan a entender a los consumidores que el producto "Aval, Alcohol en gel" tiene las características de ser antibacterial, natural e hidratante; e informa que la marca Sapolio tiene más de 200 (doscientos) años brindando a los consumidores calidad en sus productos.
  - (ii) Sin embargo, Intradevco no ha presentado medios probatorios que acrediten la veracidad de tales afirmaciones ni documentación que haya sido elaborada con anterioridad a la difusión de la publicidad materia de análisis.
  - (iii) Con relación a la graduación de la sanción, debe considerarse los criterios de modalidad y alcance de la conducta infractora, así como la duración de la misma (desde febrero de 2010 hasta febrero de 2019); por lo que, a criterio de la Comisión ha tenido un impacto mediano. En tal sentido, teniendo en cuenta la función desincentivadora de la multa, corresponde imponer una multa de 10 (diez) UIT.
7. El 8 de noviembre de 2019, Intradevco apeló la Resolución 186-2019/CCD-INDECOPI reiterando lo señalado en sus descargos. Asimismo, manifestó lo siguiente:
- (i) La resolución apelada debe ser declarada nula, toda vez que esta no se encuentra debidamente motivada al haber advertido que: (a) para emitir su pronunciamiento la Comisión no ha evaluado correctamente los medios probatorios presentados, incluso no les ha otorgado mérito probatorio alguno; y, (b) en el caso de la multa, la Comisión no ha expuesto las razones por las que decidió imponer 10 (diez) UIT, mencionando -inclusive- a otra empresa (Entel) en sus fundamentos.
  - (ii) Su producto cuenta con la NSO respectiva desde el año 2008, la cual ha sido renovada periódicamente. Este documento acredita que el producto



PERÚ

Presidencia  
del Consejo de Ministros

INDECOPI

TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE  
LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL  
Sala Especializada en Defensa de la Competencia

RESOLUCIÓN 0102-2020/SDC-INDECOPI

EXPEDIENTE 0037-2019/CCD

cumple con todos los requerimientos y estándares pues, para su emisión, la autoridad analizó la composición del producto y sus ingredientes bajo normas internacionales.

- (iii) Con relación a la afirmación "Sapolio +200 años de calidad", la Comisión no ha evaluado el enlace señalado en los descargos. La información consignada en dicho enlace también puede ser corroborada en las siguientes páginas: <https://es.wikipedia.org/wiki/Sapolio> y [http://dla.library.upenn.edu/cocoon/dla/pacsl/ead.html?q=enochmorgan&id=PACSL\\_PRIN\\_MUDD\\_C1098USNJP&](http://dla.library.upenn.edu/cocoon/dla/pacsl/ead.html?q=enochmorgan&id=PACSL_PRIN_MUDD_C1098USNJP&).

## II. CUESTIONES EN DISCUSIÓN

8. De los antecedentes expuestos, corresponde a la Sala Especializada en Defensa de la Competencia (en adelante la Sala) determinar lo siguiente:
- (i) Si la Resolución 186-2019/CCD-INDECOPI contiene algún vicio que acarree su nulidad;
  - (ii) si Intradevco incurrió en actos de engaño, supuesto contemplado en el artículo 8 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal; y,
  - (iii) si corresponde confirmar la sanción de multa y la orden de pago de costas y costos impuestos por la primera instancia.

## III. ANÁLISIS DE LAS CUESTIONES EN DISCUSIÓN

### III.1. Sobre el presunto vicio de nulidad

9. El numeral 1.2 del artículo IV del Título Preliminar del Texto Único Ordenado de la Ley 27444 - Ley del Procedimiento Administrativo General<sup>6</sup> (en adelante TUO

<sup>6</sup> DECRETO SUPREMO 004-2019-JUS. TEXTO ÚNICO ORDENADO DE LA LEY 27444 - LEY DEL PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO GENERAL

**Artículo IV. Principios del procedimiento administrativo**

1. El procedimiento administrativo se sustenta fundamentalmente en los siguientes principios, sin perjuicio de la vigencia de otros principios generales del Derecho Administrativo:

(...)

**1.2. Principio del debido procedimiento.-** Los administrados gozan de los derechos y garantías implícitos al debido procedimiento administrativo. Tales derechos y garantías comprenden, de modo enunciativo mas no limitativo, los derechos a ser notificados; a acceder al expediente; a refutar los cargos imputados; a exponer argumentos y a presentar alegatos complementarios; a ofrecer y a producir pruebas; a solicitar el uso de la palabra, cuando corresponda; a obtener una decisión motivada, fundada en derecho, emitida por autoridad competente, y en un plazo razonable; y, a impugnar las decisiones que los afecten.

La institución del debido procedimiento administrativo se rige por los principios del Derecho Administrativo. La regulación propia del Derecho Procesal es aplicable solo en cuanto sea compatible con el régimen administrativo.



PERÚ

Presidencia  
del Consejo de Ministros

INDECOPI

TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE  
LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL  
Sala Especializada en Defensa de la Competencia

RESOLUCIÓN 0102-2020/SDC-INDECOPI

EXPEDIENTE 0037-2019/CCD

de la Ley del Procedimiento Administrativo General), contempla el principio del debido procedimiento, el cual señala que los administrados gozan de todos los derechos y garantías inherentes a dicho derecho, el cual comprende el derecho a exponer sus argumentos, a ofrecer y producir pruebas y a obtener una decisión motivada y fundada en derecho.

10. Dado que el debido procedimiento comprende una serie de derechos que forman parte de un estándar mínimo de garantía para los administrados, tales como el derecho de defensa, el derecho a ser notificado, el derecho a probar y el derecho a recibir una resolución motivada en derecho, la vulneración a cualquiera de estos derechos constituye un vicio de nulidad del acto administrativo<sup>7</sup>, al no seguir el procedimiento regular según lo previsto en el numeral 5 del artículo 3 de la norma antes citada<sup>8</sup>.
11. En apelación, Intradevco ha señalado que la resolución impugnada no se encuentra debidamente motivada, dado que la Comisión no habría evaluado los medios probatorios presentados en el procedimiento, no otorgándoles -inclusive- mérito probatorio alguno.
12. Al respecto, sin perjuicio de que la denunciada no ha identificado cuáles serían los medios probatorios que presuntamente la Comisión no habría evaluado al emitir su pronunciamiento final, de la revisión de la resolución impugnada se observa que la primera instancia, a fin de emitir su decisión, consideró los argumentos expuestos por Intradevco a lo largo del procedimiento, así como los medios probatorios que presentó, tal como se aprecia a continuación:

---

(...)

<sup>7</sup> **DECRETO SUPREMO 004-2019-JUS. TEXTO ÚNICO ORDENADO DE LA LEY 27444 - LEY DEL PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO GENERAL**

**Artículo 10.- Causales de nulidad.**

Son vicios del acto administrativo, que causan su nulidad de pleno derecho, los siguientes:

(...)

2. El defecto o la omisión de alguno de sus requisitos de validez, salvo que se presente alguno de los supuestos de conservación del acto a que se refiere el Artículo 14.

(...)

<sup>8</sup> **DECRETO SUPREMO 004-2019-JUS. TEXTO ÚNICO ORDENADO DE LA LEY 27444 - LEY DEL PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO GENERAL**

**Artículo 3.- Requisitos de validez de los actos administrativos**

Son requisitos de validez de los actos administrativos:

(...)

5. Procedimiento regular.- Antes de su emisión, el acto debe ser conformado mediante el cumplimiento del procedimiento administrativo previsto para su generación.



PERÚ

Presidencia  
del Consejo de Ministros

INDECOPI

TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE  
LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL  
Sala Especializada en Defensa de la Competencia

RESOLUCIÓN 0102-2020/SDC-INDECOPI

EXPEDIENTE 0037-2019/CCD

## RESOLUCIÓN 186-2019/CCD-INDECOPI DEL 16 DE OCTUBRE DE 2019

### "4. ANÁLISIS DE LAS CUESTIONES EN DISCUSIÓN"

(...)

#### 4.1.3. Aplicación al presente caso

(...)

Sobre la base de estas consideraciones, a efectos de evaluar si Intradevco incurrió en un acto de engaño mediante las afirmaciones cuestionadas, se deben evaluar aquellos medios probatorios presentados por la imputada y que han sido elaborados u obtenidos con anterioridad a la difusión de la publicidad materia de análisis, es decir, anterior al mes de febrero de 2010.

(...)

Es importante precisar que la imputada mencionó que la Digemid le habría autorizado el uso de los términos "hidratante" y "antibacterial"; sin embargo, de una revisión del rotulado del producto no se advierte que se haya hecho una referencia a dichos términos, únicamente a los términos aloe vera y glicerina, términos que no son los anunciados. Asimismo, el listado Internacional Cosing, Decisión 516, normas que ha hecho mención la imputada, se refiere al uso de declaraciones en el rotulado y etiquetado del producto, por lo tanto, no corresponde su aplicación al presente caso en el cual se discute la veracidad de la información consignada en la publicidad en el envase.

Cabe precisar que, para sustentar la afirmación "Sapolio +200 años de calidad", Intradevco indicó que la Comisión debía remitirse al enlace <http://sapolio.com.pe/en/about-us/>. No obstante, de una revisión del mismo, este Colegiado advierte que su contenido ha sido elaborado justamente por Intradevco, sin ser sustentado con medios probatorios fehacientes que puedan a este Colegiado verificar su veracidad. Asimismo, el solo contenido, para este Colegiado no acredita que los 200 años sea justamente de calidad, conforme lo ha anunciado.

(...)"

(Subrayado agregado)

13. En virtud de lo expuesto, sin perjuicio de que Intradevco se encuentre en desacuerdo con los fundamentos de la resolución impugnada, este Colegiado ha verificado que la Comisión sí evaluó sus argumentos, así como los documentos que proporcionó durante el procedimiento seguido ante la primera instancia, a fin de emitir su pronunciamiento final; por lo que, se debe desestimar el presunto vicio de nulidad alegado en apelación.

### III.2. Sobre los actos de engaño

#### III.2.1. Marco normativo

14. El artículo 8.1 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal<sup>9</sup> establece que los actos de engaño son aquellos a través de los cuales, de forma real o potencial, los agentes económicos inducen a error a otros participantes del

<sup>9</sup> Ver nota al pie 3.



PERÚ

Presidencia  
del Consejo de Ministros

INDECOPÍ

TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE  
LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL  
Sala Especializada en Defensa de la Competencia

RESOLUCIÓN 0102-2020/SDC-INDECOPÍ

EXPEDIENTE 0037-2019/CCD

mercado, sobre la naturaleza, características, calidad, cantidad y, en general, sobre los atributos o beneficios que presentan sus bienes o servicios.

15. En tal sentido, toda información objetiva y comprobable contenida en una pieza publicitaria debe ajustarse a la realidad, evitando que se desvíen indebidamente las preferencias de los destinatarios del anuncio, como consecuencia de las falsas expectativas que podrían generarse respecto las condiciones del producto o servicio.
16. Al respecto, el artículo 8.3 de la ley antes mencionada dispone que la carga de acreditar la veracidad de las afirmaciones objetivas sobre los bienes o servicios anunciados corresponde a quien las haya difundido como anunciante. En este sentido, este último deberá contar con las pruebas que acrediten la veracidad de sus afirmaciones objetivas con anterioridad a la difusión del anuncio, conforme al deber de sustanciación previa recogido en el artículo 8.4 del mismo cuerpo normativo<sup>10</sup>.
17. El mencionado deber contiene una doble finalidad: (i) obliga al anunciante a contar con las pruebas que acrediten la información que se pretende trasladar, por lo que ante el requerimiento de la autoridad debe encontrarse en la capacidad de exhibirlas; y, (ii) asegura a los destinatarios de la publicidad que los anunciantes tienen los soportes respectivos que sustenten los mensajes de corte objetivo que se encuentran difundiendo, reforzando la transparencia en el mercado y reduciendo los costos de transacción vinculados a los productos o servicios publicitados.
18. Por otra parte, el artículo 21 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal<sup>11</sup> establece las pautas de enjuiciamiento e interpretación de las manifestaciones publicitarias, precisando que su análisis se debe efectuar de manera integral y

<sup>10</sup> **DECRETO LEGISLATIVO 1044. LEY DE REPRESIÓN DE LA COMPETENCIA DESLEAL**  
Artículo 8.- Actos de engaño

(...)

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

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

<sup>11</sup> **DECRETO LEGISLATIVO 1044. LEY DE REPRESIÓN DE LA COMPETENCIA DESLEAL**  
Artículo 21.- Interpretación de la publicidad

21.1 La publicidad es evaluada por la autoridad teniendo en cuenta que es un instrumento para promover en el destinatario de su mensaje, de forma directa o indirecta, la contratación o el consumo de bienes o servicios.

21.2 Dicha evaluación se realiza sobre todo el contenido de un anuncio, incluyendo las palabras y los números, hablados y escritos, las presentaciones visuales, musicales y efectos sonoros, considerando que el destinatario de la publicidad realiza un análisis integral y superficial de cada anuncio publicitario que percibe. En el caso de campañas publicitarias, éstas son analizadas en su conjunto, considerando las particularidades de los anuncios que las conforman.



PERÚ

Presidencia  
del Consejo de Ministros

INDECOPI

TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE  
LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL  
Sala Especializada en Defensa de la Competencia

RESOLUCIÓN 0102-2020/SDC-INDECOPI

EXPEDIENTE 0037-2019/CCD

teniendo en cuenta el hecho que las personas que perciben el anuncio difundido quedan influenciadas mediante un examen superficial del mensaje publicitario, esto es, captando el referido mensaje en su conjunto y sin efectuar una evaluación detenida de la publicidad, sino bajo una lectura sencilla y propia de un entendimiento usual.

19. Asimismo, debe recordarse que quien atribuye el significado al anuncio es el destinatario y no el anunciante, por lo que la intención de este último será irrelevante para delimitar el mensaje de la expresión publicitaria<sup>12</sup>.
20. Ciertamente, en su condición de destinatario e intérprete de la publicidad, el destinatario define el mensaje publicitario bajo sus propios parámetros. En ese sentido, es importante tener en cuenta el contexto del segmento de mercado vinculado al servicio materia de denuncia, lo cual permitirá tener una mejor percepción de lo que el destinatario entiende naturalmente de la publicidad.
21. Sobre la base de las premisas antes expuestas, y conforme lo ha establecido la Sala en anteriores pronunciamientos<sup>13</sup>, la metodología para evaluar si determinada información contenida en un anuncio publicitario infringe el principio de veracidad o no, consta de los siguientes pasos:
  - (i) **Delimitación del mensaje:** se debe establecer, a partir de una apreciación integral y superficial del anuncio publicitario, en qué consiste el contenido del mensaje que reciben los destinatarios; y,
  - (ii) **Verificación de veracidad del mensaje:** una vez delimitado dicho mensaje, la autoridad constatará si el imputado cuenta con medios de prueba constituidos con anterioridad al inicio de difusión del anuncio bajo análisis, en aplicación del deber de sustanciación previa recogido en el artículo 8.4 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal y, de ser el caso, determinará si en efecto tales elementos prueban la veracidad de lo transmitido.

<sup>12</sup> En el trabajo de Godin – Hoth se señala sobre el particular lo siguiente: *"al interpretar el anuncio se debe asimismo dejar a un lado la significación que la expresión publicitaria tiene para el empresario anunciante (...). Por el contrario, el anuncio y demás expresiones publicitarias son imputadas al anunciante tal y como el público las interpreta, no en el sentido en que el anunciante las entiende o hubiera querido entenderlas"*. GODIN - HOTH, Wettbewerbsrecht, Berlín, 1957, párrafo 3, anotación 5, pág. 93, cita extraída de: FERNÁNDEZ - NÓVOA, Carlos. "La interpretación jurídica de las expresiones publicitarias". En: FERNÁNDEZ - NÓVOA, Carlos. Estudios de Derecho de la Publicidad. Madrid: Universidad Santiago de Compostela, 1999, p. 74.

<sup>13</sup> Al respecto, ver las Resoluciones 0645-2015/SDC-INDECOPI del 3 de diciembre de 2015, 0065-2016/SDC-INDECOPI del 4 de febrero de 2016, 0641-2017/SDC-INDECOPI del 13 de noviembre de 2017 y 0223-2018/SDC-INDECOPI del 11 de octubre de 2018.



PERÚ

Presidencia  
del Consejo de Ministros

INDECOPI

TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE  
LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL  
Sala Especializada en Defensa de la Competencia

RESOLUCIÓN 0102-2020/SDC-INDECOPI

EXPEDIENTE 0037-2019/CGD

### III.2.2. Aplicación al caso en concreto

22. Mediante Resolución 186-2019/CCD-INDECOPI, la Comisión declaró fundada la denuncia contra Intradevco, debido a la difusión de publicidad en la etiqueta del producto "Aval, Alcohol en gel", en su presentación de 380 ml., consignando las siguientes afirmaciones: "Antibacterial", "Natural", "Hidratante" y "Sapolio +200 años de calidad", cuando ellas no son ciertas.
23. Para determinar si Intradevco resulta responsable o no por la conducta denunciada, corresponde analizar el anuncio imputado a efectos de determinar el mensaje difundido y si, de conformidad con el artículo 8.4 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal, cuenta con medios probatorios que acrediten su veracidad de manera previa a su difusión:

#### PUBLICIDAD EN EL EMPAQUE "AVAL, ALCOHOL EN GEL"

##### Anverso







PERÚ

Presidencia  
del Consejo de Ministros

INDECOPI

TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE  
LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL  
Sala Especializada en Defensa de la Competencia

RESOLUCIÓN 0102-2020/SDC-INDECOPI

EXPEDIENTE 0037-2019/CCD

### Reverso



**SAPOLIO**  
+200 años de calidad

24. De una apreciación integral y superficial de la publicidad antes descrita se advierte que, en la parte frontal, se consigna de forma destacada las siguientes frases sobre la etiqueta del producto "Aval, Alcohol en gel": (i) "Antibacterial"; (ii) "Natural"; e, (iii) "Hidratante"; y, en el reverso de la etiqueta, la frase "Sapolio +200 años de calidad".
25. Al respecto, corresponde determinar cuál es el mensaje que se busca transmitir en cada una de las frases consignadas en la etiqueta del producto en cuestión y si Intradevco cuenta con medios probatorios que acrediten su veracidad de manera previa a su difusión.
- a) Con relación a la afirmación "Antibacterial"
26. La frase "Antibacterial" colocada en la etiqueta del producto "Aval, Alcohol en gel" transmite a los consumidores -de manera objetiva- el mensaje de que el referido producto es elaborado a base de alcohol que tiene propiedades antibacterianas,



PERÚ

Presidencia  
del Consejo de Ministros

INDECOPI

TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE  
LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL  
Sala Especializada en Defensa de la Competencia

RESOLUCIÓN 0102-2020/SDC-INDECOPI

EXPEDIENTE 0037-2019/CCD

es decir, tiene como finalidad la supresión, eliminación o inactivación de bacterias<sup>14</sup>.

27. Este mensaje resulta especialmente atractivo para el público, pues considerando la naturaleza del producto<sup>15</sup> (de higiene o limpieza), este es empleado generalmente en la asepsia y/o desinfección de las manos, por su capacidad de disminuir el riesgo de contraer bacterias, hongos u otros microorganismos dañinos para la salud humana.
28. En apelación, Intradevco ha señalado que "Aval, Alcohol en gel" es "Antibacterial", toda vez que contiene ingredientes antimicrobianos que matan bacterias y microbios. Asimismo, indicó que la fórmula del producto contiene 62% de alcohol como ingrediente activo.
29. Sobre el particular, el documento "Directrices sobre higiene de las manos en la atención sanitaria"<sup>16</sup>, publicado por la Organización Mundial de la Salud (en adelante OMS) en el año 2009<sup>17</sup>, define a los productos elaborados a base de alcohol como *"Preparación que contiene alcohol (líquido, gel o espuma) diseñado para la aplicación en las manos para inactivar microorganismos y/o suprimir temporalmente su crecimiento. Dichas preparaciones pueden contener uno o más tipos de alcohol, otros ingredientes activos con excipientes o humectantes"*<sup>18</sup>.
30. Ciertamente, ello implica que los productos hechos a base de alcohol, como el analizado en el presente caso, tienen como fin inactivar microorganismos y/o suprimir temporalmente su crecimiento. Para ello pueden contener uno o más tipos de alcohol, así como otros excipientes añadidos.

<sup>14</sup> Antibacteriano, na.  
Dicho de un medicamento, de una sustancia, de un procedimiento, etc. que se utiliza para combatir las bacterias.  
Ver: <https://dle.rae.es/antibacteriano>, visitada el 27 de agosto de 2020.

<sup>15</sup> Al respecto, en la etiqueta del producto "Aval, Alcohol en gel" se aprecia la frase "Hand Sanitizer Gel" cuya traducción es "desinfectante para las manos".

<sup>16</sup> Traducción libre de la denominación "Guidelines on Hand Hygiene in Health Care".

<sup>17</sup> Ver en el siguiente enlace:  
[https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/44102/9789241597906\\_eng.pdf;jsessionid=2E203EC3C9A44D550BB2C7C43F01915E?sequence=1](https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/44102/9789241597906_eng.pdf;jsessionid=2E203EC3C9A44D550BB2C7C43F01915E?sequence=1), visitado el 27 de agosto de 2020.

<sup>18</sup> Traducción libre del documento original, cuyo texto indica lo siguiente:

**"Alcohol-based (hand) rub.**

*An alcohol-containing preparation (liquid, gel or foam) designed for application to the hands to inactivate microorganisms and/or temporarily suppress their growth. Such preparations may contain one or more types of alcohol, other active ingredients with excipients, and humectants."*



PERÚ

Presidencia  
del Consejo de Ministros

INDECOPI

TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE  
LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL  
Sala Especializada en Defensa de la Competencia

RESOLUCIÓN 0102-2020/SDC-INDECOPI

EXPEDIENTE 0037-2019/CCD

31. Ahora bien, el documento comentado ha establecido parámetros de efectividad (acción antimicrobiana o antibacteriana) de los productos elaborados a base de alcohol, tal como se aprecia a continuación:

### 11.3 Alcoholes

(...)

*La actividad antimicrobiana de los alcoholes se da por su capacidad de desnaturalizar o cambiar proteínas. Las preparaciones a base de alcohol que contienen entre un 60 – 80% de alcohol se consideran más efectivas que las concentraciones más altas, que son menos potentes.<sup>19</sup>*

(Subrayado agregado)

32. Como se puede observar, el documento preparado por la OMS señala que las preparaciones hechas a base de alcohol que contienen como mínimo 60% de alcohol como ingrediente tienen una acción potencialmente más efectiva en su función antibacteriana.
33. En esa misma línea de interpretación, este Colegiado ha tenido la oportunidad de revisar diversas páginas web de organizaciones como del Centro para el Control y la Prevención de Enfermedades de la Agencia del Departamento de Salud y Servicios Humanos de los Estados Unidos<sup>20</sup>; así como de la organización "Save the Children" de México<sup>21</sup> – organizaciones que tienen a su cargo la protección de la salud de la población - las cuales coinciden en afirmar que las soluciones de alcohol en gel tendrán un efecto preventivo más efectivo cuando contienen un nivel de alcohol mínimo del 60%. Dicha afirmación se ve expresada en diversos documentos e informes relacionados con los productos para la higiene de las manos y los efectos preventivos que produce la presencia del alcohol<sup>22</sup>.

<sup>19</sup> Traducción libre del documento original, cuyo texto indica lo siguiente:

### 11.3 Alcohols

(...)

*The antimicrobial activity of alcohols results from their ability to denature proteins. Alcohol solutions containing 60–80% alcohol are most effective, with higher concentrations being less potent.*

<sup>20</sup> <https://www.cdc.gov/handwashing/esp/show-me-the-science-hand-sanitizer.html#sixteen>, visitada el 27 de agosto de 2020.

<sup>21</sup> <https://www.savethechildren.mx/sci-mx/files/9b/9b573e10-588f-4d35-a6cf-7aaabefc54e8.pdf>, visitada el 27 de agosto de 2020.

<sup>22</sup> "Epidemiologic Background of Hand Hygiene and Evaluation of the Most Important Agents for Scrubs and Rubs", Günter Kampf y Axel Kramer en Clinical Microbiology Reviews, Vol. 17, 2004. Visible en: <https://cmr.asm.org/content/cmrr17/4/863.full.pdf>.  
Mutua MAZ, entidad colaboradora con la Seguridad Social en Madrid, Navarra, Aragón, Cataluña, Andalucía, País Vasco, Galicia, Canarias y Baleares. Ver: <https://www.maz.es/Publicaciones/Publicaciones/manual-guia-de-higiene-de-manos-y-uso-del-quante-sanitario.pdf>.  
BBC News. Ver: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-51872596>.  
Andina, Agencia Peruana de Noticias. Ver: <https://andina.pe/agencia/noticia-atencion-alcohol-gel-debe-tener-entre-60-y-80-concentracion-para-prevenir-contagi-802269.aspx>.



PERÚ

Presidencia  
del Consejo de Ministros

INDECOPI

TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE  
LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL  
Sala Especializada en Defensa de la Competencia

RESOLUCIÓN 0102-2020/SDC-INDECOPI

EXPEDIENTE 0037-2019/CCD

34. Es importante tener en cuenta que, dicho parámetro también ha sido recogido en nuestro país, a través del Ministerio de Salud, en el documento denominado "Guía Técnica para la Implementación del Proceso de Higiene de Manos en los Establecimientos de Salud", aprobado por Resolución Ministerial 255-2016/MINSA del 14 de abril de 2016. En dicho documento se puede verificar que, entre los agentes para la higiene antiséptica de manos, el que cuenta con una velocidad de acción más rápida es el alcohol con una concentración óptima de entre 60% y 90%<sup>23</sup>.
35. Teniendo en cuenta lo expuesto, este Colegiado ha revisado la etiqueta del producto y observa que el producto "Aval, Alcohol en gel" se encuentra compuesto por alcohol en un porcentaje de 62%.
36. Por tanto, a diferencia de lo analizado por la primera instancia, esta Sala considera que el producto "Aval, Alcohol en gel" objeto de cuestionamiento se encuentra dentro del rango para ser considerado como un producto "Antibacterial". Por lo que el uso de dicha frase consignada en la etiqueta del producto en cuestión no configura un acto de engaño.
37. En consecuencia, corresponde revocar la Resolución 186-2019/CCD-INDECOPI en el extremo que declaró fundada la denuncia por el uso de la frase "Antibacterial" al ser engañosa y, reformándola, se declara infundado dicho extremo.
- b) Con relación a la afirmación "Natural"

El Comercio, Ecuador. Ver: <https://www.elcomercio.com/tendencias/gel-antibacterial-proteccion-manos-coronavirus.html>.  
Todo Noticias, Argentina. Ver: <https://tn.com.ar/salud/lo-ultimo/el-alcohol-en-gel-no-reemplaza-al-lavado-de-manos-783161/>.

Mercer Marsh Beneficios. Ver: <http://www.mercermarshbeneficios.com.ar/capital-intelectual/news/salud-preventiva.html>.

23

Tal como se indica en el Anexo 2 de la citada resolución:

Grupo	Bacterias gram-positivas	Bacterias gram-negativas	Mycobacterias	Hongos	Virus	Velocidad de acción	Comentarios
Alcoholes	+++	+++	+++	+++	+++	Rápida	Concentración óptima: 60-90%; no actividad persistente

Ver: <http://bvs.minsa.gob.pe/local/MINSA/3554.pdf>, visitada el 27 de agosto de 2020.

M-SDC-02/02

Vigencia del Modelo: 2018-03-11

15/34



PERÚ

Presidencia  
del Consejo de Ministros

INDECOPI

TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE  
LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL  
Sala Especializada en Defensa de la Competencia

RESOLUCIÓN 0102-2020/SDC-INDECOPI

EXPEDIENTE 0037-2019/CCD

38. En apelación, Intradevco ha manifestado que el producto sí es "Natural" por cuanto la expresión se refiere a que este tiene una presentación neutra, es decir, sin ningún tipo de fragancia.
39. Al respecto, tal como ha sido desarrollado en el marco normativo, quien atribuye el significado del anuncio publicitado es el consumidor tomando como base su experiencia previa y el contexto del mercado en el que se desenvuelve el producto publicitado. Por tanto, la intención del anunciante será irrelevante para delimitar el mensaje de la expresión publicitaria.
40. Al respecto, la Sala ha revisado diversas páginas web de establecimientos comerciales donde se expenden este tipo de productos (alcoholes en gel)<sup>24</sup> constatando que, en su mayoría, la publicidad en la etiqueta consigna el nombre o denominación de su aroma (natural o neutro, fresa, lavanda, entre otros). Asimismo, dependiendo del aroma que contenga, cada producto tendrá un color especial y/o particular. Con relación al aroma natural o neutro, este suele ser transparente.
41. De esta manera, resulta habitual que este tipo de productos (alcohol en gel) sean ofertados con un aroma y/o color en particular. Teniendo en cuenta ello, en el presente caso, al incluirse la frase "Natural", el público consumidor no esperará obtener un producto cuyos ingredientes o insumos sean naturales. Por el contrario, considerando el contexto del mercado y su experiencia previa adquirida, el público esperará que la frase "Natural" colocada en la etiqueta del

<sup>24</sup> Al respecto, en el mercado existen diversas marcas y presentaciones de alcoholes en gel, que se comercializan con distintos aromas y colores. A modo de ejemplo, ver:  
<https://www.linio.com.pe/p/alcohol-en-gel-natural-pro-t-gt-400ml-s18n8i?qid=7b4f96282d00634da414d3f0b1c5a69c&oid=TE535HB0QRCXCLPE&position=53&sku=TE535HB0QRCXCLPE>  
<https://www.palmera.pe/alcohol-gel/>  
<https://www.linio.com.pe/p/alcohol-gel-antibacterial-sin-triclosa-n-1galon-jqf2uy?qid=7b4f96282d00634da414d3f0b1c5a69c&oid=BU990HB1LQZ6QLPE&position=9&sku=BU990HB1LQZ6QLPE>  
<https://inkafarma.pe/producto/alcohol-en-gel-para-manos-glici-380ml/029841>  
[https://www.facebook.com/marketplace/lima/?hoisted\\_items=347449196388756](https://www.facebook.com/marketplace/lima/?hoisted_items=347449196388756)  
<https://www.facebook.com/photo?fbid=3112957585483653&set=pcb.777028416378371>  
<https://www.facebook.com/photo?fbid=3155117477890960&set=pcb.778007399613806>  
<https://www.facebook.com/photo?fbid=3155117781224263&set=pcb.778007399613806>  
[https://www.facebook.com/commerce/listing/620881505234195/?media\\_id=0&ref=share\\_attachment](https://www.facebook.com/commerce/listing/620881505234195/?media_id=0&ref=share_attachment)  
[https://www.facebook.com/commerce/listing/620881505234195/?media\\_id=1&ref=share\\_attachment](https://www.facebook.com/commerce/listing/620881505234195/?media_id=1&ref=share_attachment)  
<https://www.facebook.com/photo?fbid=163196498714974&set=pcb.780044452743434>  
Asimismo, se ha constatado que la imputada comercializa el producto "Aval, Alcohol en gel" en otras presentaciones con distintos aromas. Al respecto ver:  
<https://inkafarma.pe/producto/alcohol-en-gel-aval-tender-baby-380ml/009588>  
<https://www.tottus.com.pe/tottus/producto/AVAL/Aval-Gel-Sanitizante-Amazon/40102551?navAction=jump&navCount=0>  
<https://www.disma.com.ec/product/aval-antibacterial-ocean/>

(Todas las páginas citadas han sido visitadas el 27 de agosto de 2020)

M-SDC-02/02  
Vigencia del Modelo: 2018-03-11

16/34

INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL  
Calle De la Prosa 104, San Borja, Lima 41 - Perú / Telf: 224 7800  
e-mail: consultas@indecopi.gob.pe / Web: www.indecopi.gob.pe



PERÚ

Presidencia  
del Consejo de Ministros

INDECOPI

TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE  
LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL  
Sala Especializada en Defensa de la Competencia

RESOLUCIÓN 0102-2020/SDC-INDECOPI

EXPEDIENTE 0037-2019/CCD

producto "Aval, Alcohol en gel" haga referencia a que el producto no contiene aroma o color alguno añadido.

42. Ahora bien, en el presente caso, se ha podido verificar que la afirmación "Natural" contenida en la etiqueta del producto "Aval, Alcohol en gel" objeto de análisis, coincide con las características comunes o habituales a las que alude pues, efectivamente, es un producto incoloro con aroma neutro.
43. En ese sentido, la Sala considera que corresponde revocar la Resolución 186-2019/CCD-INDECOPI en el extremo que declaró fundado este extremo de la denuncia por actos de engaño por el uso de la frase "Natural" en la publicidad del producto "Aval, Alcohol en gel" y, reformándola, se la declara infundada.
- c) Con relación a la afirmación "Hidratante"
44. La frase "Hidratante" colocada en la etiqueta del producto "Aval, Alcohol en gel" transmite a los consumidores -de manera objetiva- el mensaje de que el producto contiene propiedades o elementos que proporcionan a la piel un grado de humedad necesario para combatir la sequedad de la piel<sup>25</sup>.
45. Este mensaje resulta especialmente atractivo para el público, pues podría entender que el producto denunciado, además de tener una naturaleza protectora, antibacteriana y de higiene, contribuye a aportar y/o mantener hidratada la piel favoreciendo su cuidado.
46. En apelación, Intradevco ha señalado que el producto sí contiene la propiedad de ser "hidratante", toda vez que su composición incluye glicerina y aloe vera.
47. Tal como se ha indicado, de conformidad con el principio de sustanciación previa, contenido en el artículo 8.4 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal<sup>26</sup>, cuando se trata de la difusión de afirmaciones de carácter objetivo, corresponde al imputado acreditar la veracidad del mensaje transmitido a través del anuncio publicitario cuestionado de manera previa a su difusión, y de esta forma

<sup>25</sup> Hidratante.  
1. Que hidrata.  
Ver: <https://dle.rae.es/hidratante>, visitada el 27 de agosto de 2020.

Hidratante  
1. Proporcionar a algo, especialmente a la piel o a otro tejido, el grado de humedad normal o necesario.  
Ver: <https://dle.rae.es/hidratar>, visitada el 27 de agosto de 2020.

<sup>26</sup> Ver nota al pie 10.



PERÚ

Presidencia  
del Consejo de Ministros

INDECOPI

TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE  
LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL  
Sala Especializada en Defensa de la Competencia

RESOLUCIÓN 0102-2020/SDC-INDECOPI

EXPEDIENTE 0037-2019/CCD

determinar si, en efecto, resulta ser cierto o si puede inducir a error a los consumidores.

48. Si bien Intradevco ha señalado que el producto sí tendría propiedades hidratantes, toda vez que contiene glicerina y aloe vera, no ha presentado más información al respecto. En efecto, de la revisión de los documentos que obran en el expediente no se advierte algún informe o estudio que contenga un análisis o evaluación del producto "Aval, Alcohol en gel" indicando la cantidad de glicerina o aloe vera que contiene y, además, que estas cantidades tendrían como efecto hidratar la piel.
49. Por otro lado, Intradevco ha señalado que el producto cuenta con la NSO respectiva emitida desde el año 2008, la cual ha sido renovada periódicamente. A su criterio, este documento acredita que el producto cumple con todos los requerimientos, estándares y características anunciadas, dado que, para su emisión, la autoridad analizó la composición del producto y sus ingredientes bajo normas internacionales.
50. Sobre el particular, de la revisión de la referida NSO se aprecia que dicho documento no aborda ni se pronuncia respecto de los términos y/o elementos publicitarios que contiene la etiqueta. En dicho documento no se evaluaron aspectos publicitarios sobre el producto ni la forma de presentación publicitaria de la etiqueta (de manera gráfica o escrita); es decir, si esta última podía o no inducir a error a los demás agentes en el mercado.
51. Si bien los agentes económicos pueden optar por realizar una determinada característica, propiedad o beneficio de sus productos o servicios, lo cierto es que tienen el deber de cuidar que lo consignado en la publicidad no sea pasible de inducir a error a sus destinatarios. En ese sentido, la NSO no constituye el documento o medio probatorio idóneo a ser tomado en cuenta para analizar la veracidad de la afirmación cuestionada, pues esta evaluación es de exclusiva competencia del Indecopi<sup>27</sup>. Por tanto, corresponde desestimar este argumento de Intradevco.

<sup>27</sup>

DECRETO LEGISLATIVO 1033. DECRETO LEGISLATIVO QUE APRUEBA LA LEY DE ORGANIZACION Y FUNCIONES DEL INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL - INDECOPI

Artículo 25.- De la Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal.-

Corresponde a la Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal velar por el cumplimiento de la Ley de Represión de la Competencia Desleal y de las leyes que, en general, prohíben y sancionan las prácticas contra la buena fe comercial, incluyendo las normas de la publicidad, así como de aquellas que complementen o sustituyan a las anteriores.

M-SDC-02/02

Vigencia del Modelo: 2018-03-11

18/34

INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL

Calle De la Prosa 104, San Borja, Lima 41 - Perú / Telf: 224 7800

e-mail: consultas@indecopi.gob.pe / Web: www.indecopi.gob.pe



PERÚ

Presidencia  
del Consejo de Ministros

INDECOPI

TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE  
LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL  
Sala Especializada en Defensa de la Competencia

RESOLUCIÓN 0102-2020/SDC-INDECOPI

EXPEDIENTE 0037-2019/CCD

52. Cabe resaltar que, el deber de sustanciación previa exige que el anunciante cuente con las pruebas necesarias para acreditar los mensajes publicitarios de corte objetivo que difunda en el mercado con anterioridad a la emisión de la publicidad, con el fin de que las afirmaciones anunciadas hayan sido previamente comprobadas y se encuentren sustentadas.
53. Por tanto, dado que Intradevco no ha acreditado la veracidad de la afirmación difundida, corresponde confirmar la Resolución 186-2019/CCD-INDECOPI, en el extremo que la halló responsable de la comisión de actos de engaño.
- d) Con relación a la afirmación "Sapolio +200 años de calidad"
54. Del análisis integral y superficial de la publicidad cuestionada se aprecia que la frase "Sapolio +200 años de calidad" consignada en la etiqueta del producto "Aval, Alcohol en gel" transmite el mensaje a los destinatarios de que el referido producto se encuentra vinculado a la marca "Sapolio", la cual brindaría en el mercado productos de calidad durante más de 200 (doscientos) años.
55. Este mensaje resulta atractivo para el público, pues al notar de que el producto cuenta con el respaldo de una marca que, durante más de 200 (doscientos) años se encuentra comercializando productos de calidad en el mercado, genera la percepción en el público de que está adquiriendo un producto con garantía y/o mayor seguridad. Dicho mensaje influirá en la decisión de consumo del público, al darle un valor preponderante frente a los demás productos de la competencia que no ostentan dicha característica.
56. Intradevco ha señalado que la frase en cuestión se encuentra sustentada debido a que la marca "Sapolio" forma parte de la cartera de marcas de su empresa. Asimismo, manifestó que "Sapolio" fue creado en el año 1869 e indicó como medios probatorios de lo afirmado los siguientes enlaces:
- (i) <http://sapolio.com.pe/en/about-us/>;
  - (ii) <https://es.wikipedia.org/wiki/Sapolio>; y,
  - (iii) [http://dla.library.upenn.edu/cocoon/dla/pacsl/ead.html?q=enochmorgan&id=PACSL\\_PRIN\\_MUDD\\_C1098USNJP&](http://dla.library.upenn.edu/cocoon/dla/pacsl/ead.html?q=enochmorgan&id=PACSL_PRIN_MUDD_C1098USNJP&).
57. Al respecto, este Colegiado ha revisado los referidos enlaces citados por Intradevco observando lo siguiente:
- (i) La página <http://sapolio.com.pe/en/about-us/> difunde contenido acerca de los productos de la marca "Sapolio". Al respecto, se debe tener en cuenta





PERÚ

Presidencia  
del Consejo de Ministros

INDECOPI

TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE  
LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL  
Sala Especializada en Defensa de la Competencia

RESOLUCIÓN 0102-2020/SDC-INDECOPI

EXPEDIENTE 0037-2019/CCD

que, la información publicitada en ella ha sido elaborada por la propia denunciada para la difusión y/o promoción de los productos de la marca "Sapolio".

- (ii) La página <https://es.wikipedia.org/wiki/Sapolio>, contiene información sobre la marca "Sapolio". Sin embargo, cabe indicar que la página web "Wikipedia" constituye una plataforma digital cuyo contenido puede ser editado por cualquier persona interesada, lo cual implica la posibilidad de que se añada todo tipo de información o datos no corroborados. En ese sentido, la información difundida a través de esta página aludida por Intradevco carece de confiabilidad.
- (iii) El enlace: [http://dla.library.upenn.edu/cocoon/dla/pacscl/ead.html?q=enochmorgan&id=PACSCSCL\\_PRIN\\_MUDD\\_C1098USNjP&](http://dla.library.upenn.edu/cocoon/dla/pacscl/ead.html?q=enochmorgan&id=PACSCSCL_PRIN_MUDD_C1098USNjP&) conduce a un repositorio que difunde información catalogada y/o procesada de archivos de investigación.

En el caso particular de la página citada por Intradevco, se trata de la descripción de un archivo obrante en la Biblioteca de la Universidad de Princeton acerca del fabricante de jabón "Enoch Morgan's Sons Co. Collection". A modo de resumen se indica que el referido archivo presentaría los registros del siglo XIX de dicho fabricante, incluido registros comerciales, correspondencia y material publicitario del jabón "Sapolio", su producto más conocido -el cual habría sido puesto en el mercado de Nueva York en 1869<sup>28</sup>.

De los datos contenidos en dicha página se observa que el jabón "Sapolio" habría sido puesto en el mercado de Nueva York desde el año 1869; sin embargo, no se advierte más información respecto a la presencia de "Sapolio" como una marca que comercializa productos de calidad en el

<sup>28</sup> Tal como se puede observar a continuación:

**"SUMMARY INFORMATION**

**Repository:** *Princeton University Library. Special Collections. Manuscripts Division One. Washington Road Princeton, New Jersey 08544 USA*

(...)

**Abstract:** *Consists of records of the nineteenth-century New York City-based soap manufacturer Enoch Morgan's Sons Company, including business records, correspondence, and advertising and promotional materials for Sapolio soap, its best known product.*

(...)

**Biography/History**

*Based in New York City, Enoch Morgan's Sons Company was founded in 1809; its best known product was Sapolio soap, first put on the market in 1869. (...)*



PERÚ

Presidencia  
del Consejo de Ministros

INDECOPI

TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE  
LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL  
Sala Especializada en Defensa de la Competencia

RESOLUCIÓN 0102-2020/SDC-INDECOPI

EXPEDIENTE 0037-2019/CCD

mercado durante más de 200 (doscientos) años; tal como lo difunde la afirmación imputada.

58. De lo antes expuesto, esta Sala advierte que las páginas web aludidas por Intradevco no constituyen medios probatorios idóneos a efectos de cumplir con el deber de sustanciación previa requerido, en la medida que son plataformas de difusión de información o contenido que pueden ser modificadas en cualquier momento, tanto por la propia denunciada como por cualquier tercero y/o no permiten una visualización de información concerniente al mensaje analizado en el presente caso.
59. Es importante señalar que, para acreditar la veracidad de las afirmaciones de carácter objetivo que se difunden a través de un anuncio publicitario respecto a un producto o servicio en particular, estas deben encontrarse sustentadas en documentos, informes, pruebas o algún otro elemento que avale fehacientemente lo que se afirma. En tal sentido, no resultará suficiente para acreditar la veracidad del mensaje transmitido, por ejemplo, la remisión a enlaces web, sin que ello esté debidamente documentado.
60. Adicionalmente, resulta pertinente indicar que Intradevco ha tenido la oportunidad de presentar ante la segunda instancia medios probatorios idóneos y fehacientes a efectos de acreditar la afirmación difundida en su publicidad; sin embargo, ello no ha ocurrido en el presente caso.
61. Por tanto, corresponde confirmar este extremo de la Resolución 186-2019/CCD-INDECOPI que halló responsable a Intradevco por la comisión de actos de engaño, supuesto contemplado en el artículo 8 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal por consignar en el empaque de su producto "Aval, Alcohol en gel" la afirmación "Sapolio +200 años de calidad".
- III.3. Sobre la nulidad parcial de la Resolución 186-2019/CCD-INDECOPI en el extremo de la graduación de la sanción
62. A través de la Resolución 186-2019/CCD-INDECOPI, en aplicación de los criterios de modalidad y alcance de la conducta infractora, así como la duración de la conducta, la Comisión resolvió sancionar a Intradevco con una multa de 10 (diez) UIT.
63. Sin embargo, esta Sala ha verificado que la sanción establecida por la Comisión no fue graduada en función de cada uno de los mensajes declarados engañosos por dicho órgano, sino que todos fueron evaluados como si se tratara de un solo mensaje y una sola infracción. Ello ha generado que la multa ascendente a 10



PERÚ

Presidencia  
del Consejo de Ministros

INDECOPI

TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE  
LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL  
Sala Especializada en Defensa de la Competencia

RESOLUCIÓN 0102-2020/SDC-INDECOPI

EXPEDIENTE 0037-2018/CCD

(diez) UIT haya sido impuesta sin determinar el monto de sanción que correspondía a cada acto infractor (mensajes engañosos).

64. En línea con lo señalado por la doctrina penal sobre la "unidad de acción", la Sala ha considerado, en anteriores pronunciamientos<sup>29</sup>, que la difusión de un único anuncio publicitario califica como una "unidad de acción", aun cuando desde un punto de vista fenomenológico pueda desagregarse en varios mensajes u omisiones.
65. De acuerdo con el artículo 248.6 del TUO de la Ley del Procedimiento Administrativo General, cuando una misma conducta califique como más de una infracción se aplicará la sanción prevista para la infracción de mayor gravedad. A esto se le conoce como concurso ideal de infracciones<sup>30</sup>.
66. Cuando la autoridad de competencia verifique un concurso ideal de infracciones, la sanción aplicable se determinará graduando las sanciones correspondientes de manera independiente, para luego imponer la sanción correspondiente a la infracción más grave, de acuerdo con lo establecido en el artículo 248.6 del TUO de la Ley del Procedimiento Administrativo General.
67. Ahora bien, en el presente caso, a través de una misma conducta (publicidad en la etiqueta del producto "Aval, Alcohol en gel") la Comisión determinó la existencia de cuatro mensajes infractores independientes al haber consignado las siguientes afirmaciones:
  - (i) "Antibacterial";
  - (ii) "Natural";
  - (iii) "Hidratante"; y,
  - (iv) "Sapolio +200 años de calidad".

<sup>29</sup> Ver Resoluciones 365-2015/SDC-INDECOPI del 3 de julio de 2015 y 068-2019/SDC-INDECOPI del 9 de abril de 2019.

<sup>30</sup> "Según el art. 48, el concurso ideal existe "cuando varias disposiciones son aplicables al mismo hecho". La base es la unidad de la acción; o según la terminología legal: "el mismo hecho". Como es lógico advertir, éste tiene que reunir las exigencias de varios tipos que no se excluyan entre sí.  
(...)  
El concurso ideal de delitos se presenta, por ejemplo, cuando con la misma piedra que se lanza en un solo intento, se rompe el vidrio de la vivienda de otro (art. 205, delito de daños) y se producen lesiones a uno de sus habitantes (art. 121, delito de lesiones graves dolosas)." HURTADO POZO, José. Manual de Derecho Penal. Parte General 1. Lima: Editora Jurídica Grijley, 2005, pp. 928-930.



PERÚ

Presidencia  
del Consejo de Ministros

INDECOPI

TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE  
LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL  
Sala Especializada en Defensa de la Competencia

RESOLUCIÓN 0102-2020/SDC-INDECOPI

EXPEDIENTE 0037-2019/CCD

68. Teniendo en cuenta lo expuesto anteriormente, la Comisión debió evaluar, por separado, la sanción que correspondía **imponer a cada uno de los mensajes infractores**, para posteriormente, proceder a aplicar la sanción de la infracción más grave.
69. No obstante, la primera instancia procedió a graduar de forma conjunta las cuatro afirmaciones calificadas como engañosas por dicho órgano como si se tratase de un solo mensaje infractor; ello a pesar de que, previamente, había determinado que cada afirmación hacía referencia a distintos mensajes destacando diferentes características del producto "Aval, Alcohol en gel". Esta omisión ha generado que la Comisión haya omitido aplicar, a cada mensaje infractor, los criterios de graduación establecidos en la Ley de Represión de Competencia Desleal.
70. Lo anterior resulta especialmente relevante, más aún si se tiene en cuenta que cada uno de los mensajes calificados como engañosos por la Comisión exaltaba diferentes aspectos y/o características del producto en cuestión, generando impactos distintos en los consumidores y, por lo tanto, distintas afectaciones en el mercado.
71. Por lo expuesto, esta Sala considera que dicho extremo de la resolución apelada no se encuentra debidamente motivada<sup>31</sup>; por lo que la Comisión ha incurrido en la causal de nulidad del acto administrativo contenida en el artículo 10.2 del TUO de la Ley del Procedimiento Administrativo General<sup>32</sup>. En consecuencia, corresponde declarar nula la Resolución 186-2019/CCD-INDECOPI, en el extremo referido a la graduación de la sanción.

<sup>31</sup> DECRETO SUPREMO 004-2019-JUS. TEXTO ÚNICO ORDENADO DE LEY DEL PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO GENERAL.

Artículo 3.- Requisitos de validez de los actos administrativos

Son requisitos de validez de los actos administrativos:

(...)

4. Motivación. - El acto administrativo debe estar debidamente motivado en proporción al contenido y conforme al ordenamiento jurídico.

<sup>32</sup> DECRETO SUPREMO 004-2019-JUS. TEXTO ÚNICO ORDENADO DE LA LEY DEL PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO GENERAL

Artículo 10.- Causales de nulidad. -

Son vicios del acto administrativo, que causan su nulidad de pleno derecho, los siguientes:

1. La contravención a la Constitución, a las leyes o a las normas reglamentarias.

2. El defecto o la omisión de alguno de sus requisitos de validez, salvo que se presente alguno de los supuestos de conservación del acto a que se refiere el Artículo 14.

3. Los actos expresos o los que resulten como consecuencia de la aprobación automática o por silencio administrativo positivo, por los que se adquiere facultades, o derechos, cuando son contrarios al ordenamiento jurídico, o cuando no se cumplen con los requisitos, documentación o trámites esenciales para su adquisición.

4. Los actos administrativos que sean constitutivos de infracción penal, o que se dicten como consecuencia de la misma.



PERÚ

Presidencia  
del Consejo de Ministros

INDECOPI

TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE  
LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL  
Sala Especializada en Defensa de la Competencia

RESOLUCIÓN 0102-2020/SDC-INDECOPI

EXPEDIENTE 0037-2019/CCD

72. Sin perjuicio de lo anterior, de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 227 del TUO de la Ley del Procedimiento Administrativo General, constatada la existencia de una causal de nulidad, la autoridad administrativa, además de la declaración de nulidad, deberá resolver el fondo del asunto si cuenta con los elementos de juicio suficientes<sup>33</sup>.
73. Toda vez que en el expediente obran elementos de juicio suficientes para graduar la sanción y en atención a los principios de impulso de oficio, celeridad y simplicidad que inspiran el procedimiento administrativo<sup>34</sup>, corresponde emitir en esta instancia, un pronunciamiento de fondo sobre la graduación de la sanción a imponerse a Intradevco por la difusión de los mensajes declarados infractores de acuerdo con el análisis de la Sala.

#### III.4. Graduación de la sanción

##### III.4.1. Marco teórico

74. A efectos de graduar la sanción aplicable, el artículo 53 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal<sup>35</sup> establece los criterios que la autoridad administrativa

<sup>33</sup> **DECRETO SUPREMO 004-2019-JUS. TEXTO ÚNICO ORDENADO DE LA LEY 27444 - LEY DEL PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO GENERAL.**  
**Artículo 227.- Resolución**

(...)

227.2 Constatada la existencia de una causal de nulidad, la autoridad, además de la declaración de nulidad, resolverá sobre el fondo del asunto, de contarse con los elementos suficientes para ello. Cuando no sea posible pronunciarse sobre el fondo del asunto, se dispondrá la reposición del procedimiento al momento en que el vicio se produjo.

<sup>34</sup> **DECRETO SUPREMO 004-2019-JUS. TEXTO ÚNICO ORDENADO DE LA LEY DEL PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO GENERAL.**

**Título Preliminar**

**Artículo IV.- Principios del procedimiento administrativo**

1. El procedimiento administrativo se sustenta fundamentalmente en los siguientes principios, sin perjuicio de la vigencia de otros principios generales del Derecho Administrativo:

(...)

1.3. **Principio de impulso de oficio.** - Las autoridades deben dirigir e impulsar de oficio el procedimiento y ordenar la realización o práctica de los actos que resulten convenientes para el esclarecimiento y resolución de las cuestiones necesarias.

(...)

1.9. **Principio de celeridad.** - Quienes participan en el procedimiento deben ajustar su actuación de tal modo que se dote al trámite de la máxima dinámica posible, evitando actuaciones procesales que dificulten su desenvolvimiento o constituyan meros formalismos, a fin de alcanzar una decisión en tiempo razonable, sin que ello releve a las autoridades del respeto al debido procedimiento o vulnere el ordenamiento.

(...)

1.13. **Principio de simplicidad.** - Los trámites establecidos por la autoridad administrativa deberán ser sencillos, debiendo eliminarse toda complejidad innecesaria; es decir, los requisitos exigidos deberán ser racionales y proporcionales a los fines que se persigue cumplir.

<sup>35</sup> **DECRETO LEGISLATIVO 1044. LEY DE REPRESIÓN DE LA COMPETENCIA DESLEAL**  
**Artículo 53.- Criterios para determinar la gravedad de la infracción y graduar la sanción**



PERÚ

Presidencia  
del Consejo de Ministros

INDECOPI

TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE  
LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL  
Sala Especializada en Defensa de la Competencia

RESOLUCIÓN 0102-2020/SDC-INDECOPI

EXPEDIENTE 0037-2019/CCD

puede emplear para determinar la gravedad de la infracción, tales como el efecto perjudicial sobre los consumidores ocasionado por el acto de competencia desleal, el beneficio ilícito derivado de la conducta, su alcance en el mercado, entre otros factores que, dependiendo de las particularidades y características de cada caso concreto, la autoridad administrativa considere adecuado adoptar.

75. Del mismo modo, además de los criterios antes indicados, debe tenerse presente el principio de razonabilidad recogido en el artículo 248.3 TUO de la Ley del Procedimiento Administrativo General, regla elemental en el ejercicio de la potestad sancionadora<sup>36</sup>. Dicho principio tiene como premisa fundamental el deber de la Administración de imponer sanciones proporcionales a la infracción cometida, salvaguardando que la comisión de las conductas sancionables no resulte más ventajosa para el infractor que cumplir las normas infringidas o asumir la sanción a imponerse en un eventual procedimiento.
76. El uso de estos criterios permitirá a la autoridad administrativa actuar bajo parámetros de objetividad en la imposición de las sanciones, evitando cualquier tipo de arbitrariedad que vulnere los derechos de los administrados. No obstante, no debe perderse de vista que la función sancionadora de la autoridad

La Comisión podrá tener en consideración para determinar la gravedad de la infracción y la aplicación de las multas correspondientes, entre otros, los siguientes criterios:

- El beneficio ilícito resultante de la comisión de la infracción;
  - La probabilidad de detección de la infracción;
  - La modalidad y el alcance del acto de competencia desleal;
  - La dimensión del mercado afectado;
  - La cuota de mercado del infractor;
  - El efecto del acto de competencia desleal sobre los competidores efectivos o potenciales, sobre otros agentes que participan del proceso competitivo y sobre los consumidores o usuarios;
  - La duración en el tiempo del acto de competencia desleal; y,
  - La reincidencia o la reiteración en la comisión de un acto de competencia desleal.
- (Subrayado agregado)

36

DECRETO SUPREMO 004-2019-JUS. TEXTO ÚNICO ORDENADO DE LA LEY 27444 - LEY DEL PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO GENERAL

Artículo 248.- Principios de la potestad sancionadora administrativa

La potestad sancionadora de todas las entidades está regida adicionalmente por los siguientes principios especiales:  
(...)

3. **Razonabilidad.** - Las autoridades deben prever que la comisión de la conducta sancionable no resulte más ventajosa para el infractor que cumplir las normas infringidas o asumir la sanción. Sin embargo, las sanciones a ser aplicadas deben ser proporcionales al incumplimiento calificado como infracción, observando los siguientes criterios que se señalan a efectos de su graduación:

- El beneficio ilícito resultando por la comisión de la infracción;
  - La probabilidad de detección de la infracción;
  - La gravedad del daño al interés público y/o bien jurídico protegido;
  - El perjuicio económico causado;
  - La reincidencia, por la comisión de la misma infracción dentro del plazo de un (1) año desde que quedó firme la resolución que sancionó la primera infracción;
  - Las circunstancias de la comisión de la infracción; y,
  - La existencia o no de intencionalidad en la conducta del infractor.
- (...)

M-SDC-02/02

Vigencia del Modelo: 2018-03-11

25/34

INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL

Calle De la Prosa 104, San Borja, Lima 41 - Perú / Telf: 224 7800  
e-mail: consultas@indecopi.gob.pe / Web: www.indecopi.gob.pe



PERÚ

Presidencia  
del Consejo de Ministros

INDECOPI

TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE  
LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL  
Sala Especializada en Defensa de la Competencia

RESOLUCIÓN 0102-2020/SDC-INDECOPI

EXPEDIENTE 0037-2019/CCD

administrativa no puede alejarse del todo de su inevitable contenido y naturaleza discrecional, de acuerdo con la sana crítica y criterio del juzgador en cada caso en concreto.

77. Una vez calificada la gravedad de la infracción, la autoridad competente debe proceder a enmarcar el acto ilícito dentro de los parámetros establecidos en el artículo 52 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal, la cual establece la escala de sanciones aplicable<sup>37</sup>.
78. De conformidad con la ley antes mencionada, las infracciones pueden ser: (i) leves sin afectación en el mercado, supuesto en el cual deberá imponerse una amonestación; (ii) leves con afectación en el mercado, sancionables con una multa de hasta 50 UIT; (iii) graves, escenario en el que corresponde imponer una multa dentro del tramo de más de 50 hasta 250 UIT; y, (iv) muy graves, situación en la cual la multa puede llegar hasta el tope de 700 UIT.
79. Asimismo, en todos los casos en que se impongan sanciones pecuniarias, las multas no deben superar el diez por ciento (10%) de los ingresos brutos obtenidos por el infractor en todas sus actividades económicas en el ejercicio inmediato anterior al de la fecha en que se expide la resolución de la Comisión,

37

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

**Artículo 52.- Parámetros de la sanción.-**

52.1.- La realización de actos de competencia desleal constituye una infracción a las disposiciones de la presente Ley y será sancionada por la Comisión bajo los siguientes parámetros:

- a) Si la infracción fuera calificada como leve y no hubiera producido una afectación real en el mercado, con una amonestación;
- b) Si la infracción fuera calificada como leve, con una multa de hasta cincuenta (50) Unidades Impositivas Tributarias (UIT) y que no supere el diez por ciento (10%) de los ingresos brutos percibidos por el infractor, relativos a todas sus actividades económicas, correspondientes al ejercicio inmediato anterior al de la expedición de la resolución de la Comisión;
- c) Si la infracción fuera calificada como grave, una multa de hasta doscientas cincuenta (250) UIT y que no supere el diez por ciento (10%) de los ingresos brutos percibidos por el infractor, relativos a todas sus actividades económicas, correspondientes al ejercicio inmediato anterior al de la expedición de la resolución de la Comisión; y,
- d) Si la infracción fuera calificada como muy grave, una multa de hasta setecientas (700) UIT y que no supere el diez por ciento (10%) de los ingresos brutos percibidos por el infractor, relativos a todas sus actividades económicas, correspondientes al ejercicio inmediato anterior al de la expedición de la resolución de la Comisión.

52.2.- Los porcentajes sobre los ingresos brutos percibidos por el infractor, relativos a todas sus actividades económicas, correspondientes al ejercicio inmediato anterior al de la resolución de la Comisión indicados en el numeral precedente no serán considerados como parámetro para determinar el nivel de multa correspondiente en los casos en que el infractor: i) no haya acreditado el monto de ingresos brutos percibidos relativos a todas sus actividades económicas, correspondientes a dicho ejercicio; o, ii) se encuentre en situación de reincidencia.

52.3.- La reincidencia se considerará circunstancia agravante, por lo que la sanción aplicable no deberá ser menor que la sanción precedente.

52.4.- Para calcularse el monto de las multas a aplicarse de acuerdo a la presente Ley, se utilizará la UIT vigente a la fecha de pago efectivo.

52.5.- La multa aplicable será rebajada en un veinticinco por ciento (25%) cuando el infractor cancele el monto de la misma con anterioridad a la culminación del término para impugnar la resolución de la Comisión que puso fin a la instancia y en tanto no interponga recurso impugnativo alguno contra dicha resolución.

M-SDC-02/02

Vigencia del Modelo: 2018-03-11

26/34



PERÚ

Presidencia  
del Consejo de Ministros

INDECOPI

TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE  
LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL  
Sala Especializada en Defensa de la Competencia

RESOLUCIÓN 0102-2020/SDC-INDECOPI

EXPEDIENTE 0037-2019/CCD

salvo que el sancionado no haya proporcionado información sobre sus ingresos en dicho ejercicio o sea reincidente<sup>38</sup>.

#### III.4.2. Aplicación al caso concreto

80. Al respecto, resulta pertinente señalar que, de acuerdo con lo analizado en la presente resolución, la Sala ha revocado la Resolución 186-2019/CCD-INDECOPI en los extremos que la Comisión declaró como engañosas las afirmaciones "Antibacterial" y "Natural" consignadas en la etiqueta del producto "Aval, Alcohol en gel" y, reformándola, ha declarado infundados dichos extremos.
81. Teniendo en cuenta lo expuesto, este Colegiado procederá a realizar la graduación de la sanción únicamente respecto de las afirmaciones que han sido determinadas en esta instancia como engañosas, es decir, las frases consistentes en "Hidratante" y "Sapolio +200 años de calidad" consignadas en la etiqueta del producto "Aval, Alcohol en gel".
82. A fin de graduar la sanción de multa a imponer a Intradevco, de acuerdo con la gravedad de la infracción, la autoridad aplicará los criterios previstos en la Ley de Represión de la Competencia Desleal, como norma especial que reprime los actos que constituyen supuestos de competencia desleal, así como en el TUO de la Ley del Procedimiento Administrativo General, cuerpo normativo que contiene reglas aplicables al procedimiento administrativo sancionador<sup>39</sup>.
83. Así, ambos cuerpos normativos no establecen que la autoridad se encuentre obligada a emplear todos los criterios prescritos, sino que la adopción de uno u

<sup>38</sup> Ver nota al pie anterior.

<sup>39</sup> **DECRETO SUPREMO 004-2019-JUS. TEXTO ÚNICO ORDENADO DE LA LEY 27444 - LEY DEL PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO GENERAL**

**Título Preliminar**  
**Artículo II.- Contenido**

1. La presente Ley contiene normas comunes para las actuaciones de la función administrativa del Estado y, regula todos los procedimientos administrativos desarrollados en las entidades, incluyendo los procedimientos especiales.
2. Las leyes que crean y regulan los procedimientos especiales no podrán imponer condiciones menos favorables a los administrados que las previstas en la presente Ley.
3. Las autoridades administrativas, al reglamentar los procedimientos especiales, cumplirán con seguir los principios administrativos, así como los derechos y deberes de los sujetos del procedimiento, establecidos en la presente Ley.

**Artículo VIII.- Deficiencia de fuentes**

1. Las autoridades administrativas no podrán dejar de resolver las cuestiones que se les proponga, por deficiencia de sus fuentes; en tales casos, acudirán a los principios del procedimiento administrativo previstos en esta Ley; en su defecto, a otras fuentes supletorias del derecho administrativo, y sólo subsidiariamente a éstas, a las normas de otros ordenamientos que sean compatibles con su naturaleza y finalidad.
2. Cuando la deficiencia de la normativa lo haga aconsejable, complementariamente a la resolución del caso, la autoridad elaborará y propondrá a quien competa, la emisión de la norma que supere con carácter general esta situación, en el mismo sentido de la resolución dada al asunto sometido a su conocimiento.





PERÚ

Presidencia  
del Consejo de Ministros

INDECOPI

TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE  
LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL  
Sala Especializada en Defensa de la Competencia

RESOLUCIÓN 0102-2020/SDC-INDECOPI

EXPEDIENTE 0037-2019/CCD

otro dependerá de las particularidades y características de cada caso en concreto.

84. Un primer criterio que puede ser evaluado por la Sala<sup>40</sup> para graduar la multa está referido al beneficio ilícito derivado de los ingresos brutos obtenidos por el producto infractor comercializado. El beneficio ilícito en los actos de engaño surge como producto de las mayores ventas que pudo haber obtenido el infractor como consecuencia de que los consumidores, motivados por la publicidad, hayan procedido a comprar el bien o contratar el servicio ofrecido. Para ello, resulta necesario tener un período con el cual se pueda comparar dichos ingresos (antes y durante la infracción), y así poder establecer la diferencia obtenida, lo cual sustentaría el beneficio ilícito.
85. En caso la autoridad no tenga información suficiente sobre dichos períodos comparables, el diferencial sea negativo o no exista algún otro elemento que permita calcular el beneficio ilícito; se deberá determinar la sanción a imponer siguiendo otros criterios, también previstos en la norma.
86. En el presente caso, si bien Intradevco ha proporcionado los ingresos obtenidos por la comercialización del producto "Aval, Alcohol en gel" durante el período infractor, no se cuenta con información relacionada con un período comparable y/o con otras herramientas que puedan permitir a este Colegiado determinar el porcentaje de los ingresos que derivan de la comisión de la infracción, por lo que no es posible obtener un cálculo que se aproxime al beneficio ilícito percibido como consecuencia de la conducta.
87. Por tanto, se debe proseguir con el análisis considerando los demás criterios previstos en la Ley de Represión de la Competencia Desleal para la graduación de la sanción.
88. Uno de los criterios establecidos en el artículo 53 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal que resulta idóneo para la graduación de la sanción es el referido al alcance y la modalidad de los anuncios publicitarios infractores, así como la sustancialidad del mensaje transmitido<sup>41</sup>. En atención a ello, se procederá analizar los mensajes infractores con base en dichos criterios.

<sup>40</sup> Entre otros pronunciamientos, se puede ver, a modo de referencia, los siguientes: la Resolución 0752-2012/SC1-INDECOPI del 14 de marzo de 2012, Resolución 0870-2012/SC1-INDECOPI del 28 de marzo de 2012 y Resolución 1381-2012/SC1-INDECOPI del 19 de junio de 2012.

<sup>41</sup> Al respecto, ver Resoluciones 1505-2012/SC1-INDECOPI del 10 de julio de 2012, 0113-2015/SDC-INDECOPI del 23 de febrero de 2015, 0644-2015/SDC-INDECOPI del 3 de diciembre de 2015, 0335-2016/SDC-INDECOPI del 24 de junio de 2016, entre otras.



PERÚ

Presidencia  
del Consejo de Ministros

INDECOPI

TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE  
LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL  
Sala Especializada en Defensa de la Competencia

RESOLUCIÓN 0102-2020/SDC-INDECOPI

EXPEDIENTE 0037-2019/CCD

89. Para determinar el alcance, se puede atender a distintos factores, tales como: (i) el nivel de repetición de la pieza publicitaria; (ii) el grado de cobertura del anuncio respecto al público objetivo, esto es, el porcentaje de compradores potenciales susceptibles de ser alcanzados por los anuncios; (iii) la probabilidad de percepción del mensaje, la cual es muy elevada en la televisión y más baja en medios gráficos fijos; (iv) las posibilidades de expresión del medio, lo cual viene dado por el color, animación o sonido incorporados en la pieza publicitaria, entre otros criterios; y, (v) la sustancialidad del mensaje, atendiendo a qué tan determinante es la información engañosa recibida por el consumidor como para modificar su decisión de consumo.
90. De acuerdo con lo señalado por Intradevco en apelación, la publicidad infractora fue difundida durante el período comprendido entre febrero de 2010 hasta el 20 de marzo de 2019<sup>42</sup>, es decir, durante nueve años y un mes aproximadamente.
91. Asimismo, se ha verificado que Intradevco difundió los mensajes infractores a través de la etiqueta que se encontraba adherida al envase del producto "Aval, Alcohol en gel" tanto en la parte frontal (con la afirmación "Hidratante") como en el reverso de aquella (mediante la afirmación "Sapolio +200 años de calidad").
92. Teniendo en consideración que las afirmaciones engañosas han sido consignadas en la etiqueta de un producto destinado a la higiene o limpieza (alcohol en gel), los consumidores que tuvieron a la vista el referido producto – incluso si no lo compraron– estuvieron expuestos a aquellas. En consecuencia, al haberse colocado la publicidad infractora en el envase del producto "Aval, Alcohol en gel" durante el período de nueve años y un mes aproximadamente, y considerando la naturaleza comercial del producto en cuestión<sup>43</sup>, se estima que los mensajes infractores tuvieron un alcance mediano<sup>44</sup>.
93. Ahora bien, respecto a la sustancialidad del mensaje transmitido a través de la publicidad cuestionada, se debe indicar lo siguiente:

<sup>42</sup> Tomando en cuenta que corresponde a la fecha de la resolución de imputación de cargos.

<sup>43</sup> Producto de higiene o limpieza de manos con baja rotación durante el periodo de la infracción.

<sup>44</sup> Al respecto, esta Sala en anteriores pronunciamientos (ver Resoluciones 1627-2013/SDC-INDECOPI del 3 de octubre de 2013, 2254-2013/SDC-INDECOPI del 3 de diciembre de 2013 y 460-2014/SDC-INDECOPI del 8 de abril de 2014) ha establecido que la publicidad en etiqueta constituye un medio publicitario de alto alcance, atendiendo a que esta se encuentra presente en cada producto adquirido. Sin embargo, este alcance fue determinado en función a la naturaleza comercial de los productos analizados en su momento (productos alimenticios de mayor rotación en el mercado). Por tanto, se deberá tomar en cuenta la naturaleza del producto publicitado en la etiqueta (tipo de producto) para fijar el alcance que ha tenido una infracción.



PERÚ

Presidencia  
del Consejo de Ministros

INDECOPI

TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE  
LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL  
Sala Especializada en Defensa de la Competencia

RESOLUCIÓN 0102-2020/SDC-INDECOPI

EXPEDIENTE 0037-2019/CCD

- (i) Sobre la afirmación engañosa de que el producto "Aval, Alcohol en gel" sería "Hidratante", la difusión de afirmaciones respecto de características o propiedades relevantes con relación a los beneficios positivos que aporta el uso del producto cuestionado (tener la capacidad de ser hidratante), sin contar con la documentación previa que lo acredite, fue pasible de: (i) defraudar las expectativas del público que adquirió el producto, bajo el entendido de que, además de ser antibacteriano, contribuiría a mantener las manos hidratadas con su uso; y, (ii) desviar la demanda del producto en perjuicio de los demás competidores, pues le otorga un valor superior frente a los demás productos de la competencia.
- (ii) Sobre la afirmación "Sapolio +200 años" consignada en la etiqueta de "Aval, Alcohol en gel", esta transmite la idea de que el producto en cuestión está respaldado por la marca "Sapolio" la misma que contaría con una extensa experiencia en el mercado (*más de 200 años*). Dicha afirmación le otorga al producto en cuestión un valor superior frente a los demás productos de la competencia<sup>45</sup>. Si bien, por la sustancialidad del mensaje, esta conducta tuvo la capacidad de desviar las preferencias del público a favor de Intradevco, resulta preciso indicar que el impacto del mensaje en los destinatarios del anuncio ha sido limitado dada la ubicación de la frase en la parte posterior de la etiqueta del producto.

94. De este modo, considerando los criterios evaluados con anterioridad para graduar la sanción (modalidad, alcance, sustancialidad del mensaje difundido, expectativas defraudadas) ha quedado acreditado que la conducta engañosa realizada por la imputada ha tenido efectos en el mercado. Por lo expuesto, la infracción de la imputada debe ser calificada como leve con efectos en el mercado.

95. En ese sentido, considerando los criterios antes desarrollados y los anteriores pronunciamientos<sup>46</sup>, corresponde establecer las siguientes sanciones de multa por

<sup>45</sup> Ello en tanto las expectativas del público se verán defraudadas al percatarse que habrá obtenido un producto en base a la idea de que se encuentra vinculado a una marca que tendría años de experiencia en la venta de productos de higiene o limpieza, pese a que ello es así.

<sup>46</sup> **DECRETO SUPREMO 004-2019-JUS, TEXTO ÚNICO ORDENADO DE LEY DEL PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO GENERAL**

Título Preliminar

Artículo IV.- Principios del procedimiento administrativo

1. El procedimiento administrativo se sustenta fundamentalmente en los siguientes principios, sin perjuicio de la vigencia de otros principios generales del Derecho Administrativo:

(...)

1.15. Principio de predictibilidad o de confianza legítima. - La autoridad administrativa brinda a los administrados o sus representantes información veraz, completa y confiable sobre cada procedimiento a su cargo, de modo tal que, en todo



PERÚ

Presidencia  
del Consejo de Ministros

INDECOPI

TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE  
LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL  
Sala Especializada en Defensa de la Competencia

RESOLUCIÓN 0102-2020/SDC-INDECOPI

EXPEDIENTE 0037-2019/CCD

la difusión de publicidad engañosa en la etiqueta de su producto "Aval, Alcohol en gel":

- (i) Con relación a la afirmación "Hidratante", le corresponde una multa de 5 (cinco) UIT; y,
  - (ii) en el caso de la frase "Sapolio +200 años de calidad", 2 (dos) UIT.
96. Ahora bien, de acuerdo con lo señalado en el acápite anterior, en la medida que en el presente caso se ha verificado la existencia de un concurso ideal de infracciones (una misma conducta generó la difusión de dos mensajes engañosos), corresponde aplicar la sanción de la infracción más grave<sup>47</sup>.
97. Por tanto, corresponde imponer a Intradevco una multa ascendente a 5 (cinco) UIT por la difusión de las afirmaciones determinadas engañosas por la Sala consignadas en la etiqueta del producto "Aval, Alcohol en gel".
98. Cabe indicar que la multa impuesta no supera el 10% de los ingresos brutos que percibió en el ejercicio inmediato anterior al pronunciamiento de la Comisión<sup>48</sup>.

### III.5. Sobre la medida correctiva

99. El artículo 55.1 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal dispone que, además de la sanción que corresponda ante el incumplimiento de sus disposiciones, la autoridad administrativa podrá ordenar las medidas correctivas necesarias para corregir las distorsiones producidas y restablecer la leal competencia<sup>49</sup>.

momento, el administrado pueda tener una comprensión cierta sobre los requisitos, trámites, duración estimada y resultados posibles que se podrían obtener.

Las actuaciones de la autoridad administrativa son congruentes con las expectativas legítimas de los administrados razonablemente generadas por la práctica y los antecedentes administrativos, salvo que por las razones que se expliciten, por escrito, decida apartarse de ellos.

La autoridad administrativa se somete al ordenamiento jurídico vigente y no puede actuar arbitrariamente. En tal sentido, la autoridad administrativa no puede variar irrazonable e inmotivadamente la interpretación de las normas aplicables.

<sup>47</sup> Cabe precisar que la frase "Hidratante" ostenta una mayor gravedad frente a la frase "Sapolio +200 años de calidad" debido a su ubicación en la etiqueta del producto "Aval, Alcohol en gel", así como la sustancialidad del mensaje transmitido mediante dicha afirmación.

<sup>48</sup> Conforme a lo declarado ante la autoridad de competencia por la propia imputada.

<sup>49</sup> **DECRETO LEGISLATIVO 1044. LEY DE REPRESIÓN DE LA COMPETENCIA DESLEAL**

**Artículo 55.- Medidas correctivas**

55.1.- Además de la sanción que se imponga por la realización de un acto de competencia desleal, la Comisión podrá dictar medidas correctivas conducentes a restablecer la leal competencia en el mercado, las mismas que, entre otras, podrán consistir en:



PERÚ

Presidencia  
del Consejo de Ministros

INDECOPI

TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE  
LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL  
Sala Especializada en Defensa de la Competencia

RESOLUCIÓN 0102-2020/SDC-INDECOPI

EXPEDIENTE 0037-2019/CCD

100. En esta instancia, la Sala ha determinado que Intradevco incurrió en actos de engaño respecto de dos de los cuatro mensajes imputados; por lo que resulta pertinente modificar la medida correctiva impuesta por la Primera Instancia contra dicha empresa, la cual queda de la siguiente forma:

"Ordenar a Intradevco, en calidad de medida correctiva, el cese definitivo e inmediato de la comercialización del producto "Aval, Alcohol en gel", en tanto su publicidad en empaque informe que es "Hidratante", así como que se consigne la frase "Sapolio +200 años de calidad" y dichas afirmaciones no sean ciertas."

101. Finalmente, dado que Intradevco no ha presentado argumentos destinados a cuestionar la orden de pago de costas y costos a favor de la denunciante, corresponde que la Sala confirme dicho extremo de la Resolución 186-2019/CCD-INDECOPI en sus mismos términos.

#### IV. RESOLUCIÓN DE LA SALA

**PRIMERO:** revocar la Resolución 186-2019/CCD-INDECOPI del 16 de octubre de 2019, en el extremo que declaró fundada la denuncia interpuesta por la señora [REDACTED] contra Intradevco Industrial S.A. por la presunta comisión de actos de engaño, supuesto previsto en el artículo 8 del Decreto Legislativo 1044 – Ley de Represión de la Competencia Desleal, debido a la difusión de publicidad en la etiqueta del producto "Aval, Alcohol en gel", en su presentación de 380 ml., consignando las afirmaciones de que dicho producto sería "antibacterial" y "natural" y, reformándola, se declara infundada.

**SEGUNDO:** confirmar la Resolución 186-2019/CCD-INDECOPI del 16 de octubre de 2019, en el extremo que declaró fundada la denuncia interpuesta por la señora [REDACTED] contra Intradevco Industrial S.A. por la presunta comisión de

- a) El cese del acto o la prohibición del mismo si todavía no se ha puesto en práctica;
  - b) La remoción de los efectos producidos por el acto, mediante la realización de actividades, inclusive bajo condiciones determinadas;
  - c) El comiso y/o la destrucción de los productos, etiquetas, envases, material infractor y demás elementos de falsa identificación;
  - d) El cierre temporal del establecimiento infractor;
  - e) La rectificación de las informaciones engañosas, incorrectas o falsas;
  - f) La adopción de las medidas necesarias para que las autoridades aduaneras impidan el ingreso al país de los productos materia de infracción, las que deberán ser coordinadas con las autoridades competentes, de acuerdo a la legislación vigente; o,
  - g) La publicación de la resolución condenatoria.
- 56.2.- El Tribunal tiene las mismas facultades atribuidas a la Comisión para el dictado de medidas correctivas.  
(El subrayado es agregado)

M-SDC-02/02  
Vigencia del Modelo: 2018-03-11

32/34



PERÚ

Presidencia  
del Consejo de Ministros

INDECOPI

TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE  
LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL  
Sala Especializada en Defensa de la Competencia

RESOLUCIÓN 0102-2020/SDC-INDECOPI

EXPEDIENTE 0037-2019/CCD

actos de engaño, supuesto previsto en el artículo 8 del Decreto Legislativo 1044 – Ley de Represión de la Competencia Desleal, debido a la difusión de publicidad en la etiqueta del producto “Aval, Alcohol en gel”, en su presentación de 380 ml., consignando las afirmaciones de que dicho producto sería “hidratante”, así como “Sapolio +200 años de calidad”.

**TERCERO:** declarar la nulidad de la Resolución 186-2019/CCD-INDECOPI del 16 de octubre de 2019, en el extremo que impuso a Intradevco Industrial S.A. una multa ascendente a 10 (diez) Unidades Impositivas Tributarias y, en aplicación de lo dispuesto en el artículo 227.2 del Texto Único Ordenado de la Ley 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General, corresponde imponer a dicha empresa una multa ascendente a 5 (cinco) Unidades Impositivas Tributarias.

**CUARTO:** modificar la medida correctiva impuesta a Intradevco Industrial S.A. Resolución 186-2019/CCD-INDECOPI del 16 de octubre de 2019, quedando de la siguiente forma:

“Ordenar a Intradevco Industrial S.A., en calidad de medida correctiva, el cese definitivo e inmediato de la comercialización del producto “Aval, Alcohol en gel”, en tanto en su publicidad en empaque se informe que este es “Hidratante”, así como se consigne “Sapolio +200 años de calidad” y dichas afirmaciones no sean ciertas.”

**QUINTO:** confirmar de la Resolución 186-2019/CCD-INDECOPI del 16 de octubre de 2019, en el extremo que ordenó a Intradevco Industrial S.A. el pago de las costas y costos del presente procedimiento a favor de la señora [REDACTED]

**SEXTO:** requerir a Intradevco Industrial S.A. el cumplimiento espontáneo de la multa impuesta en la presente resolución, bajo apercibimiento de iniciar el medio coercitivo específicamente aplicable, de acuerdo con lo establecido en el numeral 4 del artículo 205 del Texto Único Ordenado de la Ley del Procedimiento Administrativo General, aprobado por Decreto Supremo 004-2019-JUS<sup>50</sup>, precisándose, además, que los

<sup>50</sup> **DECRETO SUPREMO 004-2019-JUS. TEXTO ÚNICO ORDENADO DE LA LEY 27444 - LEY DEL PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO GENERAL**  
**Artículo 205.- Ejecución forzosa**  
 Para proceder a la ejecución forzosa de actos administrativos a través de sus propios órganos competentes, o de la Policía Nacional del Perú, la autoridad cumple las siguientes exigencias:  
 (...)
 

4. Que se haya requerido al administrado el cumplimiento espontáneo de la prestación, bajo apercibimiento de iniciar el medio coercitivo específicamente aplicable.

 (...)



PERÚ

Presidencia  
del Consejo de Ministros

INDECOPI

TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE  
LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL  
Sala Especializada en Defensa de la Competencia

RESOLUCIÓN 0102-2020/SDC-INDECOPI

EXPEDIENTE 0037-2019/CCD

actuados serán remitidos a la Sub Gerencia de Ejecución Coactiva para los fines de la ley.

**Con la intervención de los señores vocales Juan Luis Avendaño Valdez, Silvia Lorena Hooker Ortega, Ana Rosa Cristina Martinelli Montoya, Mónica Eliana Medina Triveño y José Francisco Martín Perla Anaya.**



Firmado digitalmente por AVENDAÑO  
VALDEZ Juan Luis FAU 20133840533  
soft  
Motivo: Soy el autor del documento  
Fecha: 09.09.2020 20:52:53 -05:00

**JUAN LUIS AVENDAÑO VALDEZ**  
Presidente

M-SDC-02/02  
Vigencia del Modelo: 2018-03-11

34/34

**INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL**  
Calle De la Prosa 104, San Borja, Lima 41 - Perú / Telf: 224 7800  
e-mail: [consultas@indecopi.gob.pe](mailto:consultas@indecopi.gob.pe) / Web: [www.indecopi.gob.pe](http://www.indecopi.gob.pe)