Resolución
(Versión Pública)

Nº 036-2025/CCD-INDECOPI

Lima, 25 de marzo de 2025.

EXPEDIENTE Nº 069-2024/CCD

DENUNCIANTE	:	ASOCIACIÓN DE CONSUMIDORES Y USUARIOS DE LA REGIÓN ANCASH (ACUREA)
IMPUTADA	:	NESTLÉ MARCAS PERÚ S.A.C.[1] (NESTLÉ MARCAS)
MATERIAS	:	COMPETENCIA DESLEAL ACTOS DE ENGAÑO MEDIDAS CORRECTIVAS COSTAS Y COSTOS GRADUACIÓN DE LA SANCIÓN PARTICIPACIÓN DE LA ASOCIACIÓN DE CONSUMIDORES EN LA MULTA
ACTIVIDAD	:	VENTA AL POR MAYOR DE ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO

SUMILLA: Se declara FUNDADA la denuncia presentada por Acurea en contra de Nestlé Marcas, por la comisión de actos de competencia desleal en la modalidad de engaño, supuesto establecido en el artículo 8 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal.

En ese sentido, de conformidad con lo dispuesto en la parte considerativa de la presente resolución, se SANCIONA a Nestlé Marcas con una multa de 0.67 UIT y se ORDENA su inscripción en el Registro de Infractores creado por la Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal.

En consecuencia, se ORDENA a Nestlé Marcas, en calidad de medida correctiva el CESE DEFINITIVO e INMEDIATO de la difusión de la publicidad en empaque del producto "Sopa Criolla Gallina fideos", en tanto dé a entender a los consumidores que el referido producto contiene como ingrediente la carne de gallina) (deshidratado u otra forma) y ello no sea cierto.

Adicionalmente, se DISPONE que Acurea participe del diez por ciento (10%) de la multa impuesta en la presente resolución, de conformidad con lo establecido en la Resolución Nº 064-2004-INDECOPI/DIR.

Finalmente, se ORDENA a Nestlé Marcas que asuma el pago de las costas y los costos incurridos por Acurea en el trámite del presente procedimiento.

[1] Registro Único de Contribuyente N° 20518402839.

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 / Fax: 224 0348
E-mail: postmaster@indecopi.gob.pe / Web:www.gob.pe/indecopi

1. ANTECEDENTES

Con fecha 8 de abril de 2024, Acurea denunció a Nestlé Marcas por la presunta comisión de actos de competencia desleal en la modalidad de engaño, supuesto establecido en los artículos 8 del Decreto Legislativo N° 1044 (en adelante, Ley de Represión de la Competencia Desleal), debido a que vendría difundiendo publicidad en empaque del producto Maggi de 60 gramos, “Sopa Criolla Gallina Fideos”, en la cual se consignarían las frases: “Sopa Criolla Gallina Fideos”, “Bueno de verdad”, y “Con ingredientes naturales: Cúrcuma”, junto a la imagen de una olla de barro con trozos de zanahoria, una imagen de un choclo y fideos con una porción de pierna de ave-gallina, una imagen de una hoja y un montículo de fideos, lo que daría a entender a los consumidores que dicho producto tendría como ingredientes principales la carne de gallina (deshidratada), la zanahoria, al choclo, fideos y cúrcuma; sin embargo, ello no sería cierto debido a que solo contendría 1.65% de pollo (grasa y carne) y 1.65 % cebolla, ajo y zanahoria (juntos).

Sobre el particular, la denunciante señaló que, en el marco de sus actividades de investigación, procedió a adquirir el producto Maggi de 60 g (código de barras N° 0088169013765) elaborado por Nestlé Guatemala S.A. que se comercializa en Perú, para lo cual adjuntó como medio probatorio los siguientes comprobantes de pago: (i) Factura electrónica FA48-00451956 emitido por Plaza Vea Compañía Food Retail S.A.C. de fecha 26 de enero de 2024 y (ii) Factura electrónica FA48-00482901 emitido por Plaza Vea Compañía Food Retail S.A.C. (en adelante, Plaza Vea) de fecha 3 de abril de 2024.

De otro lado, Acurea mencionó que Plaza Vea respondió que Nestlé Marcas sería el importador en Perú del
producto Maggi de 60 g –(código de barras 0088169013765). En este sentido, la denunciante argumentó que el hecho infractor estaría dentro del marco de aplicación subjetiva de la Ley de Represión de la Competencia Desleal.

En esa misma línea, la denunciante señaló que el producto Maggi de 60 g consiste en una mezcla deshidratada para preparar sopa (“Bouillons” y “consomés”), y que dicho producto se obtendríacociendo con agua sustancias ricas en proteínas o por reconstitución de ingredientes deshidratados, según el artículo 2.1.1 del Codex Stan 117-1981 Norma para “Bouillons” y Consomés del Codex Alimentarius (en adelante, el Codex Stan 117-1981).

Aunado a ello, Acurea indicó que de una revisión de la pieza publicitaria del producto materia de cuestionamiento, se observaría que esta tiene un fondo amarillo con los siguientes elementos: (i) logo de la marca Maggi® de color amarillo y rojo; (ii) la frase “Sopa Criolla Gallina Fideos” redactada con letras grandes de color blanco sobre fondos destacados rectangulares negro y marrón; (iii) imagen de una olla de barro que contiene sopa de fideos con una porción de pierna de ave-gallina y trozos de choclo, zanahoria y papa; y (iv) la frase “Bueno de verdad”: con ingredientes naturales: cúrcuma”, redactada con letras medianas de color negro sobre un fondo destacado.

Asimismo, la denunciante señaló que, de un análisis integral y superficial de la pieza publicitaria, los elementos que conforman la parte captatoria o llamativa son los siguientes: (i) la frase “Sopa Criolla Gallina Fideos”; y (ii) la imagen de una olla de barro que contiene sopa de fideos con una porción de pierna de ave-gallina. Así, en palabras de la denunciante; Nestlé Marcas transmitiría a los consumidores el mensaje publicitario de que el producto Maggi de 60 g contiene carne de gallina (deshidratada).

Sobre el particular, Acurea mencionó que en el listado de ingredientes ubicado en la cara posterior del producto materia de cuestionamiento, no se haría ninguna mención del ingrediente de carne de gallina (deshidratada), y que, por orden de aparición, los ingredientes predominantes serian la pasta de trigo (67%), sal yodada y harina de trigo; luego, figurarían el azúcar de caña, acentuadores de

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 / Fax: 224 0348
E-mail: postmaster@indecopi.gob.pe / Web:www.gob.pe/indecopi

sabor (glutamato monosódico e inosinato disódico), almidón, pollo 1.65% (grasa y carne), vegetales 1.65% (cebolla, ajo y zanahoria), sabores artificiales (grasa de pollo, gallina), regulador de acidez (ácido cítrico), hierbas y especias (color cúrcuma, perejil), mejorador de harina (cisteína), color caramelo clase IV, oleorresina de apio, entre otros.

Por lo tanto, la denunciante mencionó que Nestlé Marcas transmitió el mensaje publicitario de que el producto Maggi de 60 g contendría carne de gallina (deshidratada); sin embargo, dicho mensaje transmitido no sería verdadero en tanto se habría probado que no contendría dicho ingrediente destacado.

Por dichas consideraciones, Acurea solicitó a la Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal (en adelante, la Comisión) lo siguiente: (i) se dicten las siguientes medidas correctivas: (a) el cese de la difusión de la frase e imágenes publicitarias referidas a la carne contenida en el envase del producto Maggi de 60 g que transmiten un mensaje publicitario no veraz. (b) Se abstenga, en el futuro, de incurrir en este acto de engaño respecto del producto Maggi de 60 g con la frase "Sopa Criolla Gallina Fideos"; y, (c) La publicación de avisos en los cuales se rectifique y comunique que el producto Maggi de 60 g fue expendido con la frase e imagen publicitarias que transmitían un mensaje publicitario no veraz; seguidamente, exprese las disculpas y medidas concretas que adoptarán para evitar la reiteración; esto, en lugares físicos (establecimientos comerciales), virtuales a través de su página web, Facebook, Instagram y LinkedIn oficiales, prensa escrita y radio; (ii) que disponga la entrega del porcentaje de la multa a favor de Acurea en virtud del Convenio de cooperación interinstitucional vigente; (iii) considere que el presente caso califica con nivel "alto" en cuanto al impacto en el mercado; (iv) el reembolso de las costas y los costos incurridos en este procedimiento administrativo sancionador; y, (v) que realice una inspección en diversos supermercados –el mismo día de la notificación de la denuncia– con la finalidad de que corrobore que el producto es expendido a nivel nacional.

Posteriormente, mediante escrito de fecha 18 de abril de 2024, Acurea presentó dos (2) envases del producto Maggi con la frase publicitaria "Sopa Criolla Gallina Fideos" 60 gr. (Nº 0088169013765) adquiridos con fecha 26 de enero y 3 de abril de 2024.

Mediante Resolución de fecha 15 de mayo de 2024, la Secretaría Técnica imputó a Nestlé Marcas la presunta comisión de actos de competencia desleal en la modalidad de engaño, supuesto establecido en el artículo 8 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal, debido a que vendría difundiendo publicidad en empaque del producto Maggi de 60 gramos, "Sopa Criolla Gallina Fideos", en la cual se consignarían las frases: "Sopa Criolla Gallina Fideos", "Bueno de verdad", y "Con ingredientes naturales: Cúrcuma", junto a la imagen de una olla de barro con trozos de zanahoria, una imagen de un choclo y fideos con una porción de pierna de ave-gallina, una imagen de una hoja y un montículo de fideos, lo que daría a entender a los consumidores que dicho producto tendría carne de gallina (deshidratada), pese a que ello no sería cierto, pues de acuerdo con la información de los ingredientes que aparece en la cara posterior del empaque no se haría mención al ingrediente: carne de gallina (deshidratada u otra forma).

El 25 de julio de 2024, la imputada presentó un escrito, en el cual señaló que la conducta imputada se trató de una desviación puntual en su proceso de distribución, la cual generó que una pequeña cantidad de productos importados salieran de su almacén sin los stickers de adecuación que contenían la denominación legal del producto: "Sopa Criolla sabor gallina con fideos" y la información en la etiqueta del arte aprobado por Nestlé Marcas previamente a la distribución del producto materia de denuncia, la misma que cuenta con la información según los requerimientos locales por ende, al darse cuenta de la desviación, habrían procedido oportunamente con adoptar las medidas correctivas, dejando evidenciado que la conducta imputada habría sido subsanada antes de la fecha de la imputación de cargos, por lo que en estricta aplicación de lo dispuesto por el literal f) del artículo 257 del TUO de la Ley N° 27444, se debería declarada improcedente por la imputación por subsanación voluntaria.

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 / Fax: 224 0348
E-mail: postmaster@indecopi.gob.pe / Web:www.gob.pe/indecopi

Para acreditar ello, Nestlé Marcas señaló que habría elaborado un documento de aprobación del arte del *sticker* que debía ser pegado en el producto, en junio de 2023, a través de la plataforma de Nestlé Marcas (Content Hub) donde las áreas internas de Nestlé Marcas en el Perú aprueban el arte de los productos que serán distribuidos en el territorio peruano. Sin embargo, por un error en su sistema de distribución una pequeña cantidad de producto salió de su almacén sin el pegado de *stickers* que había sido aprobado por su empresa.

Es así, que al detectar esta desviación en el sistema, procedieron a adoptar las medidas correctivas necesarias internas y externas, tal como se evidenciaría de la lectura de diversos correos electrónicos, por lo que comunicaros a los diversos puntos de venta que, dependiendo de cada caso, dichos productos debían:

- ser retirados de las góndolas
- debían ser contenidos en almacén para su devolución
- se debían pegar los *stickers* en los almacenes de las tiendas
- debían ser destruidos

Adicionalmente Nestlé Marcas indicó que habría elaborado un Flujo de Gestión para Producto Importado con Necesidad de Adaptación en el Arte conforme se apreciaría del correo interno de fecha 23 de noviembre de 2023, a fin de mejorar su proceso y evitar que salgan de su almacén productos a los que no se les había pegado el *sticker*. Además, adjuntó constataciones notariales de fechas 13 y 14 de junio de 2024 donde el Notario Público dejó constancia de las nuevas presentaciones de los productos en cuestión

2. IMAGENES DE LA PUBLICIDAD EN EMPAQUE MATERIA DE IMPUTACIÓN

3. CUESTIONES EN DISCUSIÓN

Conforme a los antecedentes expuestos, en el presente caso corresponde a la Comisión analizar lo siguiente:

1. La presunta comisión de actos de competencia desleal en la modalidad de engaño.
2. La pertinencia de ordenar una medida correctiva.
3. La pertinencia de ordenar la publicación de avisos rectificatorios.
4. El pedido de costas y costos formulado por la denunciante.
5. La graduación de la sanción, de ser el caso.
6. La pertinencia de disponer que Acurea participe de un porcentaje de la multa, de ser el caso.

4. ANÁLISIS DE LAS CUESTIONES EN DISCUSIÓN

4.1. La presunta comisión de actos de competencia desleal en la modalidad de engaño

4.1.1. Criterios de interpretación de los anuncios

El numeral 21.1 del artículo 21 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal dispone que la publicidad deba ser 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 y servicios. En esa línea, el numeral 21.2 del citado artículo prescribe que 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. De otro lado, el referido precepto legal establece que, en el caso de campañas publicitarias, éstas son analizadas en su conjunto, considerando las particularidades de los anuncios que las conforman.

Al respecto, la Comisión ha señalado en diversos pronunciamientos que ello debe entenderse como que el consumidor no hace un análisis exhaustivo y profundo del anuncio[2]. Asimismo, en cuanto al análisis integral, la Comisión ha establecido que las expresiones publicitarias no deben ser interpretadas fuera del contexto en el que se difunden, debiéndose tener en cuenta todo el contenido del anuncio, como las palabras habladas y escritas, los números, las presentaciones visuales, musicales y los efectos sonoros, ello debido a que el consumidor aprehende integralmente el mensaje publicitario.[3]

Por lo tanto, para determinar si algún anuncio infringe o no las normas de publicidad vigentes, es necesario analizar e interpretar dicho anuncio según los criterios expuestos anteriormente.

4.1.2. Normas y criterios aplicables

El artículo 8 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal dispone lo siguiente:

---

[2] Expediente Nº 098-95-CPCD, seguido por Coainsa Comercial S.A. contra Unión Agroquímica del Perú S.A., Expediente Nº 132-95-CPCD, seguido por Consorcio de Alimentos Fabril Pacífico S.A. contra Lucchetti Perú S.A., entre otros, Expediente Nº 051-2004/CCD, seguido por Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas S.A.C. contra Universidad del Pacífico, Expediente Nº 074-2004/CCD, seguido por Sociedad Unificada Automotriz del Perú S.A. contra Estación de Servicios Forestales S.A. y Expediente Nº 100-2004/CCD, seguido por Universal Gas S.R.L. contra Repsol YPF Comercial del Perú S.A.

[3] Al respecto ver la Resolución Nº 0086-1998/TDC-INDECOPI del 27 de marzo de 1998, emitida en el Expediente Nº 070-97-CCD, seguido por Hotelequip S.A. contra Hogar S.A., la Resolución Nº 013-2005/CCD-INDECOPI del 20 de enero de 2005, emitida en el Expediente Nº 095-2004/CCD, seguido por Nestlé Perú S.A. contra Industrias Oro Verde S.A.C. y la Resolución Nº 016-2005/CCD-INDECOPI del 24 de enero de 2005, emitida en el Expediente Nº 097-2004/CCD, seguido por Intradevco Industrial S.A. contra Colgate-Palmolive Perú S.A.

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 / Fax: 224 0348
E-mail: postmaster@indecopi.gob.pe / Web:www.gob.pe/indecopi

"**Artículo 8º.- 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.
(…)
8.3.- La carga de acreditar la veracidad y exactitud de las afirmaciones objetivas sobre los bienes o servicios corresponde a quien las haya comunicado en su calidad de anunciante.
8.4.- En particular, para la difusión de cualquier mensaje referido a características comprobables de un bien o servicio anunciado, el anunciante debe contar previamente con las pruebas que sustenten la veracidad de dicho mensaje."

La finalidad del citado artículo es proteger a los consumidores de la asimetría informativa en que se encuentran dentro del mercado con relación a los proveedores de bienes y servicios, quienes gracias a su organización empresarial y a su experiencia en el mercado han adquirido y utilizan, de mejor manera, información relevante sobre las características y otros factores vinculados con los productos o servicios que ofrecen. Por ello, es deber de la Comisión supervisar que la información contenida en los anuncios sea veraz, a fin de que los consumidores comparen en forma adecuada las alternativas que le ofrecen los diversos proveedores en el mercado y, de esta manera, puedan adoptar decisiones de consumo adecuadas a sus intereses.

En consecuencia, la Comisión debe determinar si el anuncio materia de imputación ha podido inducir a error a los consumidores. Para ello, habrá de considerarse cómo lo interpretaría un consumidor, a través de una evaluación superficial e integral del mensaje en conjunto, conforme a los criterios señalados en el numeral 4.1.1 precedente.

4.1.3. Aplicación al presente caso

En el presente caso, la Secretaría Técnica imputó a Nestlé Marcas la presunta comisión de actos de competencia desleal en la modalidad de engaño, supuesto establecido en el artículo 8 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal, debido a que vendría difundiendo publicidad en empaque del producto Maggi de 60 gramos, "Sopa Criolla Gallina Fideos", en la cual se consignarían las frases: "Sopa Criolla Gallina Fideos", "Bueno de verdad", y "Con ingredientes naturales: Cúrcuma", junto a la imagen de una olla de barro con trozos de zanahoria, una imagen de un choclo y fideos con una porción de pierna de ave-gallina, una imagen de una hoja y un montículo de fideos, lo que daría a entender a los consumidores que dicho producto tendría carne de gallina (deshidratada), pese a que ello no sería cierto, pues de acuerdo con la información de los ingredientes que aparece en la cara posterior del empaque no se haría mención al ingrediente: carne de gallina (deshidratada u otra forma).

Sobre el particular, luego de un análisis superficial e integral de toda la publicidad en empaque del producto "Sopa Criolla Gallina Fideos", la Comisión considera que la misma da a entender a los consumidores que el producto tendría como ingrediente principal la carne de Gallina (deshidratado). En efecto, esta conclusión se puede extraer de manera natural de una interpretación en conjunto de las frases e imágenes consignadas en el empaque del producto.

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 / Fax: 224 0348
E-mail: postmaster@indecopi.gob.pe / Web:www.gob.pe/indecopi

En particular, se observa que el anunciante ha destacado la imagen de un tazón que contendría una sopa con una pierna de carne de gallina, las cuales ocupan gran parte de la cara frontal de la publicidad en empaque del producto.

En ese sentido, en el presente caso, la Comisión considera que destacar dichos elementos en la cara frontal de la publicidad en empaque transmite a los consumidores que el producto contiene principalmente carne de Gallina (deshidratado), tal como se aprecia a continuación:

Por su parte, Nestlé Marcas señaló que la que la conducta imputada se trató de una desviación puntual en su proceso de distribución, la cual generó que una pequeña cantidad de productos importados salieran de su almacén sin los *stickers* de adecuación que contenían la denominación legal del producto: "Sopa Criolla Gallina Fideos" y la información en la etiqueta del arte aprobado por Nestlé Marcas previamente a la distribución del producto materia de denuncia, siendo que, al darse cuenta de la desviación, habrían procedido oportunamente con adoptar las medidas correctivas, dejando evidenciado que la conducta imputada habría sido subsanada antes de la fecha de la imputación de cargos.

Para acreditar ello, Nestlé Marcas señaló que habría elaborado un documento de aprobación del arte del *sticker* que debía ser pegado en el producto, en junio de 2023, a través de la plataforma de Nestlé (Content Hub) donde las áreas internas de Nestlé Marcas en el Perú aprueban el arte de los productos que serán distribuidos en el territorio peruano. Sin embargo, por un error en su sistema de distribución una pequeña cantidad del producto salió de su almacén sin el pegado de *stickers* que había sido aprobado por su empresa.

Es así, que al detectarse esta desviación en el sistema, la imputada habría procedido a adoptar las medidas correctivas necesarias internas y externas, tal como se evidenciaría de la lectura de diversos correos electrónicos internos, por lo que comunicaron a los diversos puntos de venta que, dependiendo de cada caso, dichos productos debían:

- ser retirados de las góndolas
- debían ser contenidos en almacén para su devolución

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 / Fax: 224 0348
E-mail: postmaster@indecopi.gob.pe / Web:www.gob.pe/indecopi

- se debían pegar los *stickers* en los almacenes de las tiendas
- debían ser destruidos

Adicionalmente Nestlé Marcas indicó que habría elaborado un Flujo de Gestión para Producto Importado con Necesidad de Adaptación en el Arte conforme se apreciaría del correo interno de fecha 23 de noviembre de 2023, a fin de mejorar su proceso y evitar que salgan de su almacén productos a los que no se les había pegado el *sticker*. Además, adjuntó constataciones notariales de fechas 13 y 14 de junio de 2024 donde el Notario Público dejó constancia de las nuevas presentaciones de los productos en cuestión.

Por todo ello, la imputada solicitó que se declare improcedente la denuncia en su contra, ello en estricta aplicación de lo dispuesto por el literal f) del artículo 257 del TUO de la Ley N° 27444, por subsanación voluntaria.

Al respecto, este Colegiado considera pertinente señalar que la Sala Especializada en Defensa de la Competencia (en adelante, la Sala) ha precisado en anteriores pronunciamientos[4] que la subsanación voluntaria de la infracción implica la realización de actos conducentes no solo al cese de la conducta infractora, sino también a la reversión de sus consecuencias[5]. Es decir, se deberá tomar en consideración la eficacia de la medida adoptada por el transgresor en relación con la reversión de los efectos dañinos que la conducta infractora ocasionó en el mercado (como, por ejemplo, mediante la publicación de un aviso rectificatorio en el caso de un mensaje engañoso o denigratorio previamente difundido).

Así, la Sala ha indicado que la realización de una subsanación voluntaria comprende dos momentos: (i) en el primero, el agente realiza la conducta infractora (vulnerando el bien jurídico protegido); y, (ii) en el segundo, busca enmendar la conducta y revertir sus efectos, restituyendo el bien jurídico afectado[6].

Lo antedicho resulta sustancial para la configuración de la subsanación voluntaria, lo cual radica en la posibilidad de que la infracción sea enmendada (por ejemplo, mediante la cesación en su ejecución) y que los efectos negativos generados puedan ser suprimidos. Ello obedece a que la finalidad de dicha disposición es que se exonere de responsabilidad a un administrado que ha cometido un acto antijurídico, en la medida que su accionar posterior (pero previo al inicio del procedimiento) logre no solo interrumpir la conducta infractora, sino subsanarla, esto es, **revertir sus efectos en el mercado** (en el caso de actos de competencia desleal).

En el presente caso, se advierte que la publicidad materia de análisis había sido modificada[7] con anterioridad a la notificación de la resolución de imputación de cargos (el 27 de junio de 2024). De los medios probatorios obrantes en el expediente se aprecia que al menos desde inicios del mes de septiembre de 2023[8] y hasta el 12 de junio de 2024, la publicidad en empaque del producto

[4] Ver Resoluciones 101-2018/SDC-INDECOPI del 15 de mayo de 2018, 030-2018/SDC-INDECOPI del 13 de febrero de 2018 y 46-2020/SDC-INDECOPI del 5 de marzo de 2020.

[5] Esto resulta concordante con la opinión emitida por la Dirección General de Desarrollo y Ordenamiento Jurídico del Ministerio de Justicia el 8 de mayo de 2017, a través de la Consulta Jurídica N° 010-2017/JUS/DGDOJ, como se puede apreciar a continuación: "El artículo 236-A de la Ley N° 27444, modificado por el artículo 2 del Decreto Legislativo N° 1272, establece las causales eximentes y atenuantes de la responsabilidad administrativa: (…) Finalmente, el literal f) es un supuesto de distinta naturaleza a los anteriores. (…) Este supuesto, no solo consiste en cesar la conducta infractora, sino que cuando corresponda la subsanación implica la reparación de las consecuencias o efectos dañinos al bien jurídico protegido derivados de la conducta." Consulta Jurídica N° 010-2017/JUS/DGDOJ del 8 de mayo de 2017, pp. 5 y 6.

[6] NEYRA CRUZADO, César Abraham. Las condiciones eximentes de responsabilidad administrativa en el Texto Único Ordenado de la Ley del Procedimiento Administrativo General y su incidencia en la legislación ambiental. En: "Derecho PUCP. Revista de la Facultad de Derecho". N° 80, junio-noviembre 2018. Lima. P. 343.

[7] De conformidad a lo constatado por Notario Público el 13 y 14 de junio de 2014 efectuado en algunos establecimientos comerciales.

[8] Fecha de inicio de comercialización del primer lote que contenía la afirmación cuestionada .

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 / Fax: 224 0348
E-mail: postmaster@indecopi.gob.pe / Web:www.gob.pe/indecopi

imputado indicaba la frase “Sopa Criolla Gallina Fideos” en el centro de la cara frontal del empaque, en un color y tamaño de letra fácilmente advertible por los consumidores.

No obstante, sin perjuicio de la variación realizada en el empaque del producto bajo análisis, este Colegiado considera que dicha actuación no resulta eficaz a efectos de corregir la distorsión en el mercado que generó la difusión de la publicidad engañosa, pues la publicidad engañosa fue difundida durante nueve (9) meses, aproximadamente.

En dicho período, el mensaje imputado tuvo la capacidad de influir en la decisión de compra de los consumidores para adquirir el producto “Sopa Criolla Gallina Fideos”, tan es así que la denunciante advirtió ello y presentó la denuncia respectiva adjuntando empaques de los productos que encontró en el mercado.

Teniendo en cuenta ello, si bien dicho mensaje fue modificado con posterioridad, este solo cambio no resulta suficiente para revertir los efectos ocasionados en el mercado, en particular, respecto de aquellos consumidores que adquirieron el producto en cuestión como Acurea, atraídos debido a que publicitariamente se presentaba como si el producto estuviera elaborado base de gallina deshidratada, cuando ello no era cierto.

Así, dado que el eximente de responsabilidad por subsanación voluntaria implica que el infractor no reciba la sanción que le correspondería por la comisión de un acto antijurídico, es importante que su actuación se encuentre enfocada en revertir los efectos dañinos que ocasionó dicho acto en el mercado[9]. Por ende, corresponde desestimar la solicitud de Nestlé Marcas a fin de aplicar al presente caso el eximente de responsabilidad administrativa.

En ese sentido, atendiendo a que Nestlé Marcas ha indicado que los hechos imputados se debieron a un error y que es el anunciante el responsable de las afirmaciones difundidas en sus anuncios publicitarios (numeral 8.3 del artículo 8 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal), corresponde declarar fundada la denuncia presentada por Acurea en contra Nestlé Marcas por la comisión de actos de engaño, supuesto previsto en el artículo 8 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal.

4.2. La pertinencia de imponer una medida correctiva

De conformidad con el artículo 55.1 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal, la Comisión puede ordenar, de ser el caso, las medidas correctivas conducentes a restablecer la leal competencia en el mercado.

En particular, es pertinente recordar que la Sala ha establecido en la Resolución Nº 427-2001/TDC-INDECOPI[10] que “[e]s importante destacar que las medidas complementarias tienen por finalidad corregir las distorsiones que se hubieran producido en el mercado como consecuencia de la actuación infractora y que su aplicación se sustenta en las normas que regulan la competencia de la Comisión para conocer de dichas conductas, imponer sanciones, y disponer los correctivos que correspondan para revertir el daño ocasionado al mercado”.

Finalmente, Acurea solicitó que se ordenen en calidad de medidas correctiva el cese de la difusión de la frase e imágenes publicitarias referidas a la carne contenida en el envase del producto Maggi

[9] A modo de ejemplo, pudo realizarse una rectificación publicitaria usando algún medio de igual o similar alcance a la publicidad del empaque en cuestión, con la finalidad de garantizar en una mayor medida que el público que adquirió dicho producto en su oportunidad pueda conocer las características reales del producto publicitado por Nestlé Marcas y pueda captar que realmente el producto que se había anunciado dando a entender que tenía “Gallina deshidratada” en realidad no lo contenía.

[10] Emitida en el Expediente N° 116-2000/CCD, seguido por Tecnosanitaria S.A. contra Grifería y Sanitarios S.A.

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 / Fax: 224 0348
E-mail: postmaster@indecopi.gob.pe / Web:www.gob.pe/indecopi

de 60 g que transmiten un mensaje publicitario no veraz y se abstenga, en el futuro, de incurrir en este acto de engaño respecto del producto Maggi de 60 g con la frase “Sopa Criolla Gallina Fideos”.

Al respecto, dado que ha quedado acreditado que la imputada incurrió en actos de engaño, a través de la publicidad en empaque de dos productos, la Comisión considera que la posibilidad de que anuncios de naturaleza similar sean difundidos en otra oportunidad, justifica que se ordenen medidas correctivas destinadas a evitar que la conducta infractora se repita en el futuro.

4.3. La pertinencia de ordenar la publicación de un aviso rectificatorio

El artículo 55.1 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal señala que, de acreditarse infracciones a este cuerpo legal, la Comisión podrá ordenar la rectificación de las informaciones engañosas, incorrectas o falsas.

Debe considerarse que la rectificación tiene por finalidad revertir los efectos generados en el mercado por la difusión de anuncios en aquellas circunstancias en que el mercado, por sí sólo, o el sistema de sanciones pecuniarias, no tienen la capacidad de revertir. Al respecto, la Sala en la Resolución Nº 052-96-TRI-SDC de fecha 18 de septiembre de 1996[11] señaló que “[p]or su naturaleza, un aviso rectificatorio, más que una sanción, es una forma de corregir el efecto residual que la información engañosa pueda haber dejado en la mente de los consumidores. Por ello, para ordenar la publicación de un aviso rectificatorio se debe evaluar su idoneidad para corregir la distorsión creada en el mercado, pero además se debe también evaluar la posibilidad de que el aviso rectificatorio cree una distorsión mayor a aquella que pretende corregir”[12]. En tal sentido, es importante tener en consideración que el precedente de observancia obligatoria aprobado en la citada resolución señala que:

> “Al momento de ordenar la publicación de un anuncio rectificatorio debe evaluarse, además del potencial efecto residual que la campaña haya podido dejar en la mente de los consumidores, los eventuales efectos nocivos que el propio aviso rectificatorio generará en el mercado, de acuerdo con el mismo criterio de apreciación superficial establecido en el segundo párrafo del artículo 2º del Decreto Legislativo Nº 691 (...) teniendo en cuenta, adicionalmente, que el consumidor recibirá el mensaje del aviso rectificatorio no como una opinión interesada de parte sino como la de una autoridad independiente y competente como es INDECOPI”.

Conforme a los criterios expuestos, se puede concluir que a fin de ordenar la publicación de un aviso rectificatorio, la Comisión debe evaluar de manera conjunta los siguientes elementos: (i) el efecto residual del acto infractor sobre los consumidores; y, (ii) el impacto del aviso rectificatorio en el mercado. De esta manera, no obstante haberse calificado un determinado anuncio como infractor por constituir un acto de engaño, si los efectos de este sobre los consumidores no son significativos o perdurables, o si existe la posibilidad que el aviso rectificatorio genere un impacto negativo, superior a los efectos positivos del mismo en el mercado y en perjuicio de un determinado bien o servicio, debe denegarse la rectificación solicitada.

Sobre el particular, Acurea solicitó a la Comisión que ordene a la infractora, la publicación de avisos en los cuales se rectifiquen y comuniquen que el producto fue expedido con frases publicitarias que no eran verdaderas, seguidamente expresen las disculpas y medidas concretas que adoptarán para evitar la reiteración, en lugares físicos (establecimientos comerciales) y virtuales, a través de su página web, Facebook y LinkedIn (oficiales), prensa y radio.

---

[11] Emitida en el Expediente Nº 187-95-C.P.C.D, seguido de oficio contra Liofilizadora Del Pacífico S.R.Ltda., Omniagro S.A. y Cuarzo Publicidad S.A.

[12] Ver Resolución Nº 041-96-TRI-SDC y Resolución Nº 052-96-TRI-SDC.

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 / Fax: 224 0348
E-mail: postmaster@indecopi.gob.pe / Web:www.gob.pe/indecopi

En el presente caso, la Comisión no advierte el carácter residual, significativo y perdurable del mensaje infractor difundido a través de la publicidad en empaque de la infractora. Por su parte, Acurea no ha ofrecido durante el procedimiento medios probatorios idóneos en donde se constate que dichos anuncios han generado, a la fecha, un efecto residual perjudicial en el mercado.

Por lo tanto, no habiéndose constatado el carácter residual de la información contenida en el acto infractor y en la medida que la rectificación publicitaria requiere acreditar la concurrencia de los dos elementos antes señalados, carece de objeto pronunciarse sobre el impacto de la rectificación en el mercado. Por tanto, corresponde denegar el pedido de la denunciante para que se ordene la rectificación publicitaria.

4.4. El pedido de costas y costos formulado por Acurea

En su escrito de denuncia, la denunciante solicitó a la Comisión que condenara a la imputada al pago de las costas y los costos en los que incurriera durante la tramitación del procedimiento.

Sobre el particular, conforme a lo dispuesto en el artículo 7 de la Ley de Facultades, Normas y Organización del Indecopi, en cualquier procedimiento contencioso seguido ante el Indecopi, la Comisión además de imponer la sanción que corresponda, podrá ordenar que el infractor asuma el pago de las costas y los costos del procedimiento en que hubiera incurrido el denunciante o el Indecopi.

En el presente caso, la Comisión aprecia que la infracción cometida por Nestlé Marcas es evidente, por lo que corresponde acceder al pedido de Acurea y ordenar a la infractora el pago de las costas y los costos del presente procedimiento.

4.5 Graduación de la sanción

4.5.1 Normas y criterios aplicables

4.5.1.1 Decreto Legislativo N° 1044 - Ley de Represión de la Competencia Desleal

A efectos de graduar la sanción aplicable por la comisión de infracciones a la Ley de Represión de la Competencia Desleal, ésta prescribe lo siguiente en su artículo 52:

> "**Artículo 52º.- 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,

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 / Fax: 224 0348
E-mail: postmaster@indecopi.gob.pe / Web:www.gob.pe/indecopi

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.

(…)"

Por su parte, el artículo 53 del citado cuerpo legal establece los criterios para determinar la gravedad de la infracción declarada y graduar la sanción. En tal sentido, el citado artículo dispone lo siguiente:

"**Artículo 53º.- Criterios para determinar la gravedad de la infracción y graduar la sanción.–**

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:

a) El beneficio ilícito resultante de la comisión de la infracción;
b) La probabilidad de detección de la infracción;
c) La modalidad y el alcance del acto de competencia desleal;
d) La dimensión del mercado afectado;
e) La cuota de mercado del infractor;
f) 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;
g) La duración en el tiempo del acto de competencia desleal; y,
h) La reincidencia o la reiteración en la comisión de un acto de competencia desleal."

4.5.1.2. Decreto Supremo N° 032-2021-PCM - Decreto Supremo que aprueba la graduación, metodología y factores para la determinación de las multas que impongan los órganos resolutivos del Indecopi respecto de las infracciones sancionables en el ámbito de su competencia (en adelante, Decreto Supremo N° 032-2021-PCM).

Asimismo, a efectos de graduar la sanción aplicable por la comisión de infracciones a la Ley de Represión de la Competencia Desleal, es pertinente tomar en consideración lo dispuesto en el Decreto Supremo Decreto Supremo Nº 032-2021-PCM.

En particular, la Metodología para la determinación de multas que impongan los órganos resolutivos del Indecopi establece que el cálculo de multas por infracciones en materia de competencia desleal puede efectuarse a partir de dos aproximaciones metodológicas: (i) Método basado en valores preestablecidos; y, (ii) Método basado en un porcentaje de las ventas del producto o servicio afectado

a. Método basado en valores preestablecidos

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 / Fax: 224 0348
E-mail: postmaster@indecopi.gob.pe / Web:www.gob.pe/indecopi

En esa línea, la referida disposición normativa señala que, en materia de competencia desleal, en consideración de las características especiales de las conductas, aquellas infracciones desarrolladas mediante mecanismos publicitarios tendrán una Multa Base (m) calculada con el "método basado en valores preestablecidos" siempre que se cumpla con todas las siguientes características[13]:

i. Se desarrolló por un período menor a dos años.
ii. Tuvo un alcance geográfico menor al nivel nacional.
iii. No dañó ni puso en riesgo la vida y/o salud de las personas.

De no cumplirse con dichas características se empleará el "método basado en un porcentaje de las ventas del producto o servicio afectado".

En materia de competencia desleal, el "método basado en valores preestablecidos" emplea valores previamente calculados para el cálculo de la Multa Base (m), según los siguientes criterios:

(i) el tamaño del infractor
(ii) la duración de la infracción
(iii) el nivel de afectación de la infracción

Cabe precisar que el tamaño del infractor se puede obtener a partir de su nivel de ventas anuales en Unidades Impositivas Tributarias (UIT)[14]; la duración de la infracción que corresponde ser determinada por el órgano resolutivo, conforme a las características de cada caso en concreto y la naturaleza de la infracción; mientras que el nivel de afectación de la infracción está determinado por el tipo de bien o servicio involucrado y el grado de alcance de los medios utilizados en su difusión.

En el escenario de que se determine que para el caso en concreto corresponde el uso del "método basado en valores preestablecidos", el cálculo de la Multa Base se determina mediante la multiplicación de los tres factores señalados en el anterior párrafo.

b. Método basado en un porcentaje de las ventas del producto o servicio afectado

Por su parte, en el escenario de que se determine que para el caso en concreto corresponde "método basado en un porcentaje de las ventas del producto o servicio afectado", la estimación de la Multa Base (m) se determina a partir de la multiplicación de un porcentaje de las ventas del producto o servicio durante el período de la infracción (α x V)[15], que representa una aproximación del beneficio ilícito, por el factor de disuasión (g), factor que requiere ser valorado por la Comisión en base a los criterios de la Metodología para la determinación de multas que impongan los órganos resolutivos del Indecopi.

A continuación, se presenta la relación que se utiliza para el cálculo de la multa base:

$$m=\alpha \times V \times g$$

[13] Asimismo, la mencionada metodología señala que (i) las infracciones de incumplimiento de requerimiento de información que afecten de forma mínima la resolución se sancionarán con el "método basado en valores preestablecidos"; mientras que (ii) las infracciones que se materialicen a través de mecanismos no publicitarios o los incumplimientos de requerimientos de información que impliquen una afectación significativa a la resolución de algún caso, se sancionarán bajo el "método basado en un porcentaje de las ventas del producto o servicio afectado".

[14] En línea con lo establecido en la Ley Nº 30056 respecto a la clasificación de empresas según nivel de ventas en UIT.

[15] El porcentaje α puede ser hasta 15%, no obstante, de ser necesario, el órgano resolutivo puede aplicar un porcentaje mayor con el debido sustento.

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 / Fax: 224 0348
E-mail: postmaster@indecopi.gob.pe / Web:www.gob.pe/indecopi

El factor de porcentaje de las ventas del producto o servicio afectado (α) es una variable que requiere ser estimada, mientras que el valor de las ventas del período de infracción (V) es proporcionado directamente por la infractora. Por su parte, la Comisión debe determinar el nivel de disuasión (g) a partir de las características y los valores establecidos en los Cuadros 25 y 26 de la citada Metodología.

El cálculo del factor (α) se obtiene mediante una aproximación de los beneficios económicos, como proporción de las ventas, que habría obtenido la infractora por la supuesta comisión de la conducta declarada como infractora. En particular, la estimación del factor (α) se obtiene mediante la multiplicación del efecto de la infracción sobre la cantidad vendida del producto o servicio afectado (z) y el margen de utilidad operativa (h).

4.5.2. Aplicación al presente caso

Habiéndose acreditado una trasgresión a las normas que regulan la actividad publicitaria, corresponde a la Comisión, dentro de su actividad represiva y sancionadora de conductas contrarias al orden público y la buena fe empresarial, ordenar la imposición de una sanción a la infractora, así como graduar la misma.

En el presente caso se imputó en contra de Nestlé Marcas la comisión de actos de engaño supuesto establecido en el artículo 8 del de la Ley de Represión de la Competencia Desleal, debido a que difundió publicidad en empaque del producto “Sopa Criolla Gallina Fideos”, dando a entender a los consumidores que dicho producto tendría carne de gallina (deshidratada), pese a que ello no es cierto.

Al respecto, mediante Informe N° 0020-2025-OEE/INDECOPI del 10 de febrero de 2025, la OEE señaló que el beneficio ilícito (α x V) obtenido por Nestlé Marcas por difundir en el empaque de la “Sopa Gallina con fideos” ascendería a S/ 3 627,04:

Cuadro 3
CÁLCULO DE LA EVENTUAL MULTA BASE A NESTLÉ
(S/ y %)

El efecto de la infracción (z)	Margen de utilidad operativa sobre ventas (h)	Porcentaje de las ventas $(\alpha) = (z * h)$	Ventas S/ (V)	Factor de disuasión (g)	Multa base S/ $m = \alpha * V * g$
23,84%	[CONFIDENCIAL]			2,42	**S/ 3 627,04**

Es pertinente señalar que, en el presente procedimiento, se han aplicado los criterios necesarios a fin de lograr la finalidad disuasiva de la sanción considerando las circunstancias específicas del caso en concreto, por lo que la Comisión considera que la conducta analizada amerita una sanción de naturaleza pecuniaria de acuerdo con los argumentos anteriormente señalados.

Por tales motivos, la Comisión considera que en el presente caso la infracción debe ser considerada como leve, con efecto en el mercado, correspondiendo, de conformidad con el artículo 52.2 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal, aplicar una multa a Nestlé Marcas de: 0.67 UIT. Cabe señalar que, en el presente caso, no resulta aplicable el límite legal establecido en el numeral 52.1 del artículo 52 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal, que dispone que la multa no podrá exceder el 10% de los ingresos brutos percibidos por el infractor en el ejercicio anterior,

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 / Fax: 224 0348
E-mail: postmaster@indecopi.gob.pe / Web:www.gob.pe/indecopi

puesto que la imputada no ha acreditado el monto de los ingresos brutos obtenidos en todas sus actividades económicas en el año 2024.[16]

Finalmente, esta Comisión no ha advertido alguna circunstancia agravante o atenuante que afecte o modifique la multa base obtenida.

4.6. Sobre la participación de Acurea de un porcentaje de la multa

Sobre el particular, corresponde señalar que literal f) del artículo 2 de la Directiva Nº 001-2013/DIR-COD-INDECOPI establece que el convenio de Cooperación Interinstitucional es aquel celebrado entre una asociación de consumidores inscrita en el registro oficial de asociaciones de consumidores y el Indecopi, a fin de llevar a cabo labores de beneficio de los consumidores, así como disponer de un porcentaje de las multas en los procedimientos iniciados por dichas agrupaciones ante las diversas comisiones del Indecopi.

Asimismo, el artículo 18 de la referida Directiva establece que el Indecopi se encuentra facultado para celebrar Convenios de Cooperación Interinstitucional con las asociaciones de consumidores reconocidas en el Registro Oficial de Asociaciones de Consumidores. La firma del mencionando convenio posibilita la entrega a favor de dichas organizaciones de un porcentaje de la multa firme impuesta hasta por un máximo de 50% del valor de esta.

Sobre el particular, corresponde señalar que el artículo 6 de la Resolución Nº 064-2004-INDECOPI/DIR establece que el órgano funcional competente podrá hacer partícipe de la multa impuesta a la asociación de consumidores que promueva una denuncia, analizando para tal fin la gravedad de la infracción, los medios probatorios presentados y el grado de intervención de la asociación en el procedimiento.

En el presente caso, la Comisión aprecia que Acurea denunció una posible infracción incurrida por Nestlé Marcas, desarrollando una investigación y recabando el producto que contenía el anuncio infractor.

En consecuencia, este Colegiado concluye que corresponde disponer que Acurea participe del diez por ciento (10%) de la multa impuesta en la presente resolución[17].

5. DECISIÓN DE LA COMISIÓN

De conformidad con lo dispuesto en los artículos 25 del Decreto Legislativo Nº 1033 - Ley de Organización y Funciones del Indecopi y 25 del Decreto Legislativo Nº 1044 - Ley de Represión de la Competencia Desleal, la Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal;

HA RESUELTO:

PRIMERO: Declarar **FUNDADA** la denuncia presentada por Asociación de Consumidores y Usuarios de la Región Ancash – Acurea en contra de Nestlé Marcas Perú S.A.C., por la comisión de actos de competencia desleal en la modalidad de engaño, supuesto establecido en el artículo 8 del Decreto Legislativo 1044 - Ley de Represión de la Competencia Desleal, por las razones expuestas en la parte considerativa de la presente resolución.

---

[16] Mediante Proveído N° 6 del 18 de marzo de 2025 se le solicitó a Nestlé Marcas que cumpla con presentar el monto, expresado en Soles, de los ingresos percibidos en todas sus actividades económicas del año 2024; sin embargo, la imputada no presentó la información requerida.

[17] En un caso similar al presente la Sala confirmó la resolución de la Comisión que dispuso que Acurea participe del 40% de la multa impuesta. Cabe precisar que en ese procedimiento se imputaron cuatro (4) productos por publicidad engañosa, siendo que en el presente caso solo se trata de uno (1).

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 / Fax: 224 0348
E-mail: postmaster@indecopi.gob.pe / Web:www.gob.pe/indecopi

SEGUNDO: SANCIONAR a Nestlé Marcas Perú S.A.C. con una multa de 0.67 Unidades Impositivas Tributarias y se **ORDENA** su inscripción en el Registro de Infractores creado por la Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal.

TERCERO: ORDENAR a Nestlé Marcas Perú S.A.C., en calidad de medidas correctivas, el **CESE DEFINITIVO** e **INMEDIATO** de la difusión de la publicidad en empaque del producto "Sopa Criolla Gallina fideos", en tanto dé a entender a los consumidores que el referido producto contiene como ingrediente carne de gallina (deshidratado) y ello no sea cierto.

CUARTO: ORDENAR a Nestlé Marcas Perú S.A.C. al pago de las costas y los costos incurridos por Asociación de Consumidores y Usuarios de la Región Ancash – Acurea en el trámite del presente procedimiento, por las razones expuestas en la parte considerativa de la presente resolución.

QUINTO: DISPONER que Asociación de Consumidores y Usuarios de la Región Ancash – Acurea participe del diez por ciento (10%) de la multa impuesta en la presente resolución, de conformidad con lo establecido en la Resolución Nº 064-2004-INDECOPI/DIR.

SEXTO: DENEGAR el pedido formulado por la Asociación de Consumidores y Usuarios de la Región Ancash – Acurea para que se ordene la publicación de avisos rectificatorios.

SÉPTIMO: ORDENAR a Nestlé Marcas Perú S.A.C. que cumpla con lo dispuesto por la presente resolución en un plazo no mayor de tres (3) días hábiles contados desde que la misma quede consentida o, en su caso, sea confirmada por la Sala Especializada en Defensa de la Competencia del Tribunal del Indecopi. Esta orden se debe cumplir bajo apercibimiento de imponer una nueva sanción y ordenar su cobranza coactiva, de conformidad con lo dispuesto por el artículo 57.1 del Decreto Legislativo Nº 1044 - Ley de Represión de la Competencia Desleal.

OCTAVO: Conforme a lo establecido en el inciso 4 del artículo 205 del Decreto Supremo Nº 004-2019-JUS -Texto Único Ordenado de la Ley del Procedimiento Administrativo General, requerir a Nestlé Marcas Perú S.A.C. el cumplimiento espontáneo del pago de las multas impuestas mediante la presente Resolución, sin perjuicio de lo cual se le informa que la misma será puesta en conocimiento del Área de Ejecución Coactiva del Indecopi, a efectos de que ejerza las funciones que la Ley le otorga, en caso de incumplimiento.

Con la intervención de los señores comisionados: Ana María Capurro Sánchez, Andrés Escalante Márquez y Galia Mac Kee.

Indecopi Firma Digital
INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL

Firmado digitalmente por CAPURRO SANCHEZ Ana Maria FAU 20133840533 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 01.04.2025 13:26:35 -05:00

ANA MARÍA CAPURRO SÁNCHEZ
Presidenta
Comisión de Fiscalización de
la Competencia Desleal

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 / Fax: 224 0348
E-mail: postmaster@indecopi.gob.pe / Web:www.gob.pe/indecopi