

PROCEDENCIA : COMISIÓN DE FISCALIZACIÓN DE LA COMPETENCIA DESLEAL

DENUNCIANTE : TELEDISTRIBUCIÓN S.A.

DENUNCIADO : JOINNUS S.A.C.

MATERIAS : COMPETENCIA DESLEAL
ACTOS DE ENGAÑO
VIOLACIÓN DE SECRETOS EMPRESARIALES
COSTAS Y COSTOS

ACTIVIDAD : OTRAS ACTIVIDADES EMPRESARIALES NCP.

SUMILLA: se **CONFIRMA** la Resolución 065-2020/CCD-INDECOPI del 25 de agosto de 2020 que declaró fundada en parte la denuncia presentada por Teledistribución S.A. contra Joinnus S.A.C. por la realización de actos de competencia desleal en la modalidad de engaño, al haber difundido publicidad del evento "The Offspring" a través de su página en la red social Facebook, la cual podría dar a entender a los consumidores que las entradas de dicho evento se venderían en Joinnus S.A.C., cuando ello no era cierto.

Por otro lado, se **CONFIRMA** la Resolución 065-2020/CCD-INDECOPI del 25 de agosto de 2020 en el extremo que declaró infundada la denuncia presentada por Teledistribución S.A. contra Joinnus S.A.C. por la presunta realización de actos de competencia desleal en la modalidad de violación de secretos empresariales, consistentes en haber divulgado (a través de la página web www.joinnus.com y la red social Facebook) supuestos secretos empresariales con relación al evento "The Offspring", sin autorización de Teledistribución S.A. o del promotor correspondiente.

SANCIÓN: AMONESTACIÓN

Lima, 25 de marzo de 2021

I. ANTECEDENTES

1. El 19 de setiembre de 2019, Teledistribución S.A. (en adelante Teledistribución) denunció a Joinnus S.A.C. (en adelante Joinnus) por la presunta comisión de actos de competencia desleal en las modalidades de infracción a la cláusula general¹, engaño² y violación de secretos

¹ **DECRETO LEGISLATIVO 1044. LEY DE REPRESIÓN DE LA COMPETENCIA DESLEAL**
Artículo 6.- Cláusula general.-

6.1.- Están prohibidos y serán sancionados los actos de competencia desleal, cualquiera sea la forma que adopten y cualquiera sea el medio que permita su realización, incluida la actividad publicitaria, sin importar el sector de la actividad económica en la que se manifiesten.

6.2.- Un acto de competencia desleal es aquél que resulte objetivamente contrario a las exigencias de la buena fe empresarial que deben orientar la concurrencia en una economía social de mercado.

empresariales³, supuestos tipificados en los artículos 6, 8 y 13, respectivamente, del Decreto Legislativo 1044 – Ley de Represión de Competencia Desleal (en adelante Ley de Represión de la Competencia Desleal), en atención a lo siguiente:

- (i) Tanto Joinnus como Teledistribución son empresas que se dedican a la venta de entradas para todo tipo de eventos.
- (ii) Joinnus difunde anuncios a través de su página web www.joinnus.com mediante los cuales da a entender que la venta de entradas para diversos eventos habría finalizado, cuando ello no es cierto.
- (iii) Adicionalmente, dichos anuncios dan a entender a los consumidores que las entradas de tales eventos son vendidas por Joinnus, cuando en realidad se venden solo por Teleticket.
- (iv) Por otra parte, Joinnus se encuentra publicitando los eventos "La Tarumba - Volver" y "Electra" –eventos que en realidad se venden a través de Teleticket- en su página web www.joinnus.com, consignando una lista de precios incompleta. Lo antes señalado transmite a los consumidores que solo existirían los precios indicados por Joinnus, a pesar de que Teleticket puso a la venta entradas con una mayor variedad de precios.
- (v) Joinnus ha difundido publicidad del concierto de la banda "The Offspring" a través de su página web www.joinnus.com y de su página oficial en Facebook, dando a entender a los consumidores que las entradas de dicho evento se venderían en Joinnus, cuando ello no es cierto.
- (vi) Finalmente, Joinnus ha divulgado a través de su página web www.joinnus.com y página oficial en Facebook (sin la autorización de

² **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.

(...)

³ **DECRETO LEGISLATIVO 1044. LEY DE REPRESIÓN DE LA COMPETENCIA DESLEAL**

Artículo 13.- Actos de violación de secretos empresariales.-

Consisten en la realización de actos que tengan como efecto, real o potencial, lo siguiente:

- a) Divulgar o explotar, sin autorización de su titular, secretos empresariales ajenos a los que se haya tenido acceso legítimamente con deber de reserva o ilegítimamente;
- b) Adquirir secretos empresariales ajenos por medio de espionaje, inducción al incumplimiento de deber de reserva o procedimiento análogo.

Teledistribución o del promotor del evento) la fecha de realización del mencionado concierto, lo cual se trata de un secreto comercial.

(vii) Por dichas consideraciones, solicitó -entre otros- el pago de las costas y costos del procedimiento.

2. Mediante Resolución del 5 de noviembre de 2019, la Secretaría Técnica de la Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal (en adelante la Secretaría Técnica de la Comisión) imputó a Joinnus⁴ lo siguiente:

(i) La presunta comisión de actos de engaño, toda vez que:

(a) Estaría difundiendo publicidad, a través de su página web www.joinnus.com, mediante la cual informaría lo siguiente:

Evento	Frase Publicitaria	Presunto acto de engaño
"Aparecen las Mujeres"	"Ya finalizó la venta de entradas de este evento"	Dichas frases, darían a entender que la venta de entradas de los citados eventos habría finalizado, cuando ello no sería cierto.
"Carguyoc"	"Ya finalizó la venta de entradas de este evento"	
"Cecilia Barraza – Compartiendo"	"Ya finalizó la venta de entradas de este evento"	
"Dos Hermanas"	"Ya finalizó la venta de entradas de este evento"	
"El Caballo Libertador"	"Ya finalizó la venta de entradas de este evento"	
"El Discurso del Rey"	"Ya finalizó la venta de entradas de este evento"	
"Ifigenia"	"Ya finalizó la venta de entradas de este evento"	
"La pequeña Niña"	"Ya finalizó la venta de entradas de este evento"	
"Leonardo y la Maquina de Volar"	"Ya finalizó la venta de entradas de este evento"	
"Mi querida neurosis"	"Ya finalizó la venta de entradas de este evento"	
"Pequeños Héroes"	"Ya finalizó la venta de entradas de este evento"	
"Renata y los Fantasmabuu"	"Ya finalizó la venta de entradas de este evento"	
"Un misterio, una pasión"	"Ya finalizó la venta de entradas de este evento"	
"Unos días con Bobby"	"Ya finalizó la venta de entradas de este evento"	
"Yo, Cacho – Carlos Cacho"	"Ya finalizó la venta de entradas de este evento"	
"Zombi – Proyecto transmedia"	"Ya finalizó la venta de entradas de este evento"	
"Carmen"	"Este evento no se vende en Joinnus"	
"Dos Testimonios"	"Este evento no se vende en Joinnus"	

⁴ Cabe señalar que Joinnus no se apersonó durante la tramitación del procedimiento en primera instancia.

musicales (Tchaikovsky y Brahms)"		
"Branford Marsalis y su cuarteto en Lima"	"Este evento no se vende en Joinnus"	
"Emmanuel en Lima"	"Este evento no se vende en Joinnus"	
"Ismael Serrano en Lima"	"Este evento no se vende en Joinnus"	
"Luis Miguel en Lima"	"Este evento no se vende en Joinnus"	
"Olga Tañón en Lima"	"Este evento no se vende en Joinnus"	
"Río presenta su nuevo disco"	"Este evento no se vende en Joinnus"	
"Romeo Santos en Lima"	"Este evento no se vende en Joinnus"	
"Saurom en Lima"	"Este evento no se vende en Joinnus"	
"Sarah Brightman en Lima"	"Este evento no se vende en Joinnus"	
"La tarumba – Volver"	"Ya finalizó la venta de entradas de este evento"	
"Electra"	"Ya finalizó la venta de entradas de este evento"	

- (b) Estaría difundiendo publicidad de los eventos señalados en el cuadro citado en el literal (a), mediante su página web www.joinnus.com, dando a entender a los consumidores que las entradas de dichos eventos se venderían en Joinnus, cuando ello no sería cierto.
- (c) Estaría difundiendo publicidad de los eventos "La Tarumba - Volver" y "Electra", a través de su página web www.joinnus.com, en donde se habría consignado una lista de precios que sería incorrecta. Esto daría a entender a los consumidores que solo existirían los precios señalados por Joinnus, cuando ello no sería cierto.
- (d) Estaría difundiendo publicidad del concierto de "The Offspring", a través de su página web www.joinnus.com y su página oficial de Facebook, dando a entender a los consumidores que las entradas de dicho evento se venderían en Joinnus, cuando ello no sería cierto.
- (ii) La presunta comisión de violación de secretos empresariales, debido a que Joinnus habría divulgado, a través de su página web www.joinnus.com y su página oficial de Facebook, sin autorización de Teledistribución o del promotor correspondiente, secretos empresariales con relación al evento "The Offspring".
3. Por Resolución 065-2020/CCD-INDECOPI del 25 de agosto de 2020, la Comisión de Fiscalización de Competencia Desleal (en adelante la Comisión) declaró fundada en parte la denuncia contra Joinnus por la comisión de actos de engaño, e infundada la denuncia por la presunta comisión de actos de violación de secretos empresariales. En tal sentido, dicho órgano resolutivo sancionó a Joinnus con una amonestación, ordenó a la empresa denunciada

el cumplimiento de una medida correctiva⁵ y dispuso el pago de las costas y costos del procedimiento a favor de Teledistribución.

4. Al respecto, la Comisión basó su decisión en atención a lo siguiente:

Sobre los anuncios que darían a entender: (i) que habría finalizado la venta de entradas de diversos eventos; y, (ii) que las referidas entradas serían vendidas por Joinnus, cuando ello no sería cierto.

- (i) En todas las publicidades cuestionadas se precisó que el espectáculo aún no se vendería en Joinnus, esto es, que la venta de entradas de dichos eventos no sería un servicio que la imputada brindaría a los consumidores.
- (ii) Para que se configure un acto de engaño es necesario que el anunciante aluda a las características o atributos de sus propios servicios. Sin embargo, conforme se puede apreciar de la información presentada por la denunciante en el procedimiento, Joinnus ha hecho hincapié en que las entradas de los eventos aún no se venderían en su plataforma virtual.
- (iii) Dicha aclaración por parte de la imputada permite determinar que no se ha configurado un acto de engaño en los términos establecidos en la Ley de Represión de la Competencia Desleal y, por tanto, que los mensajes cuestionados no inducen a considerar que Joinnus ofrecía las entradas en cuestión ni que había culminado la venta de entradas de los espectáculos.

Sobre la difusión de los eventos "La Tarumba - Volver" y "Electra" a través de la página web www.joinnus.com, en donde se habría consignado una lista de precios incorrecta, dando a entender que solo existirían los precios señalados por Joinnus, cuando ello no sería cierto

- (iv) La aclaración referida a que el espectáculo aún no se vendería en Joinnus y el hecho de que los precios de las entradas hayan sido consignados como información referencial sin que busquen inducir a los consumidores a considerar que solo existirían los precios señalados en la plataforma virtual de la denunciada, permite determinar que no se ha configurado un acto de competencia desleal.

Sobre la difusión del evento "The Offspring" a través de la página web www.joinnus.com y la página oficial de Facebook de la denunciada, dando a

⁵ Consistente en el cese definitivo e inmediato de la publicidad que informe a los consumidores que vendería entradas a conciertos y/o espectáculos, en tanto no sea cierto.

entender que las entradas de dicho evento se venderían en Joinnus, cuando ello no sería cierto

- (v) Luego de realizar una análisis integral y superficial del anuncio difundido en página web, se verifica que la imputada precisó que el espectáculo no se vendería en Joinnus, esto es, que la venta de entradas de dicho evento no sería un servicio que brindaría a los consumidores. Inclusive se consignó que el referido enlace era “solo informativo”.
- (vi) Luego de un análisis integral y superficial de la publicidad en Facebook del evento denominado “The Offspring en Lima”, se aprecia que el anuncio transmite que la venta de entradas de este evento se efectuaría en Joinnus. En dicha publicación se colocaron imágenes del grupo de rock que se presentaría en el concierto, el título del evento, así como la frase “Joinnus venta de entradas” sin que se pueda advertir alguna indicación o aclaración al respecto.
- (vii) La imputada no cuenta con la documentación que sustente la afirmación referida a que vendía las entradas para el evento denominado: “The Offspring en Lima”. Por ende, al haber quedado acreditado que dicha empresa cometió actos de competencia desleal en la modalidad de engaño, corresponde declarar fundado el presente extremo de la denuncia.

Sobre la presunta violación de secretos empresariales

- (viii) La materialización de un acto de competencia desleal en la modalidad de violación de secretos empresariales requiere la acreditación de la realización de conductas por parte del agente presuntamente infractor con el fin de obtener ilegítimamente conocimientos, información, ideas o procedimientos de otra empresa concurrente. Asimismo, es necesaria la concurrencia de actos por parte del agente que generó o implementó tales secretos, a fin de mantener su reserva, para lo cual deberá haber adoptado las medidas de seguridad pertinentes.
- (ix) No se advierte la existencia de algún contrato de exclusividad suscrito entre Teledistribución y la productora del espectáculo, en el que se indique que la información de dicho evento sería conocida únicamente entre las partes, de manera que tuviera la condición de reservada.
- (x) Si bien Teledistribución ha señalado que sería el punto de venta oficial y exclusivo del evento en cuestión, cuando Joinnus difundió la publicidad del concierto materia de imputación, el respectivo contrato entre la productora y Teledistribución aún no se había concretado.

5. El 18 de setiembre de 2020, Joinnus apeló la Resolución 065-2020/CCD-INDECOPI y solicitó que se ordene a Teledistribución el pago de las costas y costos del procedimiento. Para tales efectos, manifestó lo siguiente:
- (i) Las publicaciones de Joinnus no siempre están referidas a la venta de entradas, pues cuando ello sucede se indica claramente en el mensaje. Dicha empresa comparte contenido sobre distintos tipos de eventos.
 - (ii) El anuncio difundido en Facebook sobre el concierto de “The Offspring” es meramente informativo, pues comunica que la banda en mención tocará en Lima e invita a los usuarios a informarse más sobre el evento en la página web de Joinnus.
 - (iii) La frase “venta de entradas” ubicada en la parte inferior de su publicación en Facebook es la categoría general que dicha red social requiere a todas las cuentas creadas en su plataforma. La consignación de esta frase se genera en base a algoritmos y Joinnus no tiene control sobre ella. De manera aleatoria, también suelen aparecer las frases “sitio web de comercio electrónico” y “sitio web de entretenimiento”.
 - (iv) Mediante el enlace que forma parte integral del anuncio, se precisó que Joinnus no vende entradas para dicho evento. El mensaje es uno solo, pero la Comisión erróneamente lo divide y evalúa dos veces (Facebook y página web). Es incongruente que se considere que no hay infracción respecto a lo transmitido mediante página web, pero luego califique como infractor el mismo mensaje difundido la página de Facebook.
6. El 24 de setiembre de 2020, Teledistribución apeló la Resolución 065-2020/SDC-INDECOPI en los extremos en los que la Comisión declaró infundada su denuncia⁶. En tal sentido, sostuvo que Joinnus es su competidor directo, pues a pesar de supuestamente dedicarse a brindar información sobre distintos tipos de eventos, lo cierto es que la denunciada principalmente comercializa entradas para eventos. Adicionalmente, señaló lo siguiente:

Sobre los actos de violación de secretos empresariales

- (i) El 19 de agosto de 2019 Joinnus reveló la fecha de realización del concierto de la banda “The Offspring”, información reservada a la cual solo tenía acceso Teledistribución y la banda en mención. Por ende, resulta incomprensible cómo Joinnus obtuvo dicha información, y no cabe duda de que fue de forma ilícita.

⁶ Cabe precisar que Teledistribución apeló también el extremo de la Resolución 065-2020/CCD-INDECOPI mediante el cual la Comisión sancionó a Joinnus con una amonestación. Sin embargo, dicho extremo de su apelación fue declarado improcedente mediante Resolución 3 del 6 de octubre de 2020.

Sobre los actos de engaño

- Respecto de la frase “ya finalizó la venta de entradas”
 - (ii) En una cantidad considerable de eventos, Joinnus señaló que la venta de entradas habría finalizado, pese a no estar encargada de venderlas. Dicha información no era veraz, pues aún no había finalizado la venta de tales entradas. Asimismo, la referida frase dio a entender que anteriormente la venta de entradas del evento estuvo disponible en dicho portal web.
 - (iii) A pesar de supuestamente ser una página informativa, Joinnus omite consignar en sus anuncios que Teledistribución es la única que vende entradas a tales eventos.
- Respecto de que las entradas de los eventos publicitados serían vendidas por Joinnus, cuando ello no sería cierto
 - (iv) Al publicitar eventos en su web –enfocada en la actividad comercial de venta de entradas- Joinnus da a entender a los consumidores que estaba a cargo de la venta de entradas para los eventos que publicita.
 - (v) Teniendo en cuenta toda la información en los anuncios materia de imputación, la frase “este evento no se vende en Joinnus” pasa a segundo plano y podría ser omitida por los consumidores. Asimismo, la frase “le informamos que tus datos personales serán compartidos con el organizador del evento” transmite que Joinnus y el organizador del evento tendrían una relación comercial, por lo que sería razonable entender que posteriormente la imputada ponga a la venta entradas para dichos eventos.
 - (vi) Adicionalmente, la frase “organiza agenda Joinnus” ubicada en la parte inferior de los anuncios da a entender que los eventos son organizados por la imputada.
- Respecto de la publicidad de los eventos “La Tarumba - Volver” y “Electra” en donde se habría consignado una lista de precios incorrecta, dando a entender que solo existirían los precios señalados por Joinnus, cuando ello no sería cierto
 - (vii) No resulta lógico ni razonable que el precio de las entradas a los eventos haya sido consignado como información referencial, ya que el portal de Joinnus no es un portal informativo. Al no señalar que el enlace es

informativo, el consumidor no puede razonablemente tener conocimiento de que existe un costo diferenciado por entradas.

- (viii) Si el portal tuviera la finalidad de ser meramente informativo, se señalaría al consumidor el lugar de venta de las entradas (Teleticket) donde podría encontrar la información completa del precio de estas, lo cual no sucede.
7. El 23 de diciembre de 2020, Joinnus presentó un escrito mediante el cual reiteró sus argumentos expuestos en apelación y adicionalmente señaló lo siguiente:
- (i) El 16 de agosto de 2019, la realización del concierto de la banda “The Offspring” se publicó en diversos medios y el anuncio de Joinnus -si bien fue realizado ese mismo día- se difundió luego de tales publicaciones.
 - (ii) En sus anuncios, Joinnus incluye la frase “*ya finalizó la venta de este evento*” solo cuando el evento ya aconteció y, por tanto, no se venden entradas.
 - (iii) Respecto de la frase “*Le informamos que tus datos personales serán compartidos con el organizador del evento*”, es una condición genérica de la plataforma, lo que no implica un registro o tratamiento de datos en la práctica. Esto, sin perjuicio de que no era posible adquirir entradas en su página web, con respecto a los eventos en los cuales se especificó que no serían vendidos en Joinnus.
 - (iv) La finalidad de la “Agenda Joinnus” es recordar al público los diversos eventos que se llevaran a cabo, en línea con el objetivo de Joinnus que se resume en “*Entérate y descubre planes*”. La empresa denunciada tiene una función de promocionar eventos, la cual se encuentra bastante alejada de pretender engañar a usuarios haciéndoles creer que venden entradas que efectivamente no ofrecen.
8. El 12 de enero de 2021, Teledistribución presentó un escrito mediante el cual reiteró sus argumentos expuestos a lo largo del procedimiento.
9. El 18 de marzo de 2021, a solicitud de Joinnus, las partes tuvieron una reunión con la Secretaría Técnica de la Sala Especializada en Defensa de la Competencia (en adelante la Sala).

II. CUESTIONES EN DISCUSIÓN

10. Conforme a lo expuesto, la Sala procederá a determinar lo siguiente:

- (i) Si corresponde confirmar la Resolución 065-2020/CCD-INDECOPI en el extremo que declaró fundada en parte la denuncia contra Joinnus por la comisión de actos de engaño;
- (ii) si corresponde confirmar la Resolución 065-2020/CCD-INDECOPI en el extremo que declaró infundada la denuncia contra Joinnus por la comisión de actos de violación de secretos empresariales;
- (iii) de ser el caso, si corresponde imponer a Joinnus una sanción y medida correctiva por la comisión de los actos de competencia desleal denunciados; y,
- (iv) de ser el caso, si corresponde confirmar la Resolución 065-2020/CCD-INDECOPI en el extremo que ordenó a Joinnus el pago de las costas y costos en los que haya incurrido Teledistribución durante la tramitación del presente procedimiento.

III. ANÁLISIS DE LAS CUESTIONES EN DISCUSIÓN

III.1 Cuestión previa: la actividad realizada por Joinnus

11. En su apelación, Joinnus sostuvo que sus publicaciones no siempre están referidas a la venta de entradas. La empresa imputada afirmó que cuando esto último sucede, se precisa claramente en el mensaje, pues también se dedica a compartir contenido informativo sobre distintos tipos de eventos.
12. Por su parte, Teledistribución sostuvo que Joinnus es su competidor directo, pues a pesar de supuestamente brindar información de distintos tipos de eventos, se dedica principalmente a comercializarlos.
13. Al respecto, se observa que en la página web de Joinnus consta un enlace denominado “Acerca de nosotros”, en el cual se describe a la imputada como *“una plataforma que conecta personas con los mismos intereses permitiendo a usuarios y a empresas la creación, difusión, gestión y cobro de eventos en Lima y en todo el país de manera sencilla, eficaz y gratuita”*⁷.
14. La Sala también constató que, entre las diversas categorías de eventos que contiene la referida página web, no todas correspondían a la venta de entradas. Por ejemplo, existe la categoría denominada “donación”, en la cual

⁷ Ver <https://www.joinnus.com/about/us> (fecha de última revisión, 23 de marzo de 2021).

se anuncian obras sociales e incluye la posibilidad de colaborar monetariamente con ellas⁸.

15. Adicionalmente, en el escrito de apelación presentado por Joinnus, se adjuntaron impresiones de pantalla de su página en la red social Facebook correspondientes no solo a anuncios sobre la venta de entradas para eventos, sino también a publicaciones vinculadas a eventos que se llevarían a cabo -tales como el estreno de nuevas series televisivas o videos musicales-⁹ en los cuales, la empresa imputada no participaba vendiendo entradas.
16. Considerando -en conjunto- lo antes expuesto, a criterio de este Colegiado, si bien Joinnus ofrece la venta de entradas para eventos, es evidente que emplea sus canales virtuales también para anunciar diversos acontecimientos a llevarse a cabo, respecto de los cuales no ofrece la colocación de entradas. En tal sentido, la empresa imputada no solo actúa en el mercado de venta de entradas, sino que adicionalmente se dedica a difundir la realización de diversos eventos en general.
17. Por consiguiente, en vista de los servicios antes señalados, no podría entenderse -en términos generales- que todo evento difundido en la página web de Joinnus o en su perfil de Facebook, necesariamente es vendido por dicha empresa.
18. Si bien lo antes indicado no enerva que Joinnus sea competidor de Teledistribución con relación a la venta de entradas para eventos, ello no implica que los consumidores que observen las diversas publicaciones en los canales digitales de la denunciada asuman indefectiblemente que se trata de eventos cuyas entradas son vendidas por la empresa imputada.
19. De ese modo, corresponde que la Sala evalúe las publicaciones materia de imputación, así como el contexto en el que han sido difundidas, a fin de extraer el mensaje transmitido y -en consecuencia- verificar si pudieron razonablemente inducir a error a los consumidores sobre una prestación o servicio brindado por Joinnus.

⁸ Ver [https://www.joinnus.com/search?searchKey={%22text%22:%22%22,%22maps%22:false,%22filters%22:{%22price%22:{%22min%22:%22%22,%22max%22:%22%22},%22categories%22:\[%22donation%22\],%22dates%22:{%22key%22:%22all%22,%22dateStart%22:%222021-03-10T09:42:40%22,%22dateEnd%22:%222021-03-10T23:59:00%22},%22location%22:{%22z%22:12,%22center%22:{%22lat%22:-12.074317294768308,%22lng%22:-77.04348643769534}},%22page%22:1,%22country%22:%22PE%22}](https://www.joinnus.com/search?searchKey={%22text%22:%22%22,%22maps%22:false,%22filters%22:{%22price%22:{%22min%22:%22%22,%22max%22:%22%22},%22categories%22:[%22donation%22],%22dates%22:{%22key%22:%22all%22,%22dateStart%22:%222021-03-10T09:42:40%22,%22dateEnd%22:%222021-03-10T23:59:00%22},%22location%22:{%22z%22:12,%22center%22:{%22lat%22:-12.074317294768308,%22lng%22:-77.04348643769534}},%22page%22:1,%22country%22:%22PE%22}) (fecha de última revisión, 23 de marzo de 2021).

⁹ Ver foja 174 del expediente, en la que se observa una impresión de pantalla correspondiente al anuncio del más reciente avance de la segunda temporada de la serie televisiva "The Mandalorian" y del video musical más reciente de la banda "Zen".

III.2. Sobre los actos de engaño

III.2.1 Marco normativo

20. Los actos de engaño son definidos por el artículo 8.1 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal¹⁰ como las actuaciones que podrían, real o potencialmente, inducir a error sobre la naturaleza, características, calidad y - en general- sobre los atributos, beneficios o condiciones de un determinado bien o servicio que el respectivo agente económico pone a disposición en el mercado, o sobre los atributos que posee dicho concurrente.
21. En tal sentido, toda información objetiva y comprobable contenida en una pieza publicitaria referida a los bienes, servicios o atributos del agente económico respectivo (anunciante)¹¹ debe ajustarse a la realidad. De esta manera, la norma busca evitar que se desvíen indebidamente las preferencias de los consumidores como consecuencia de las falsas expectativas que podrían generarse respecto las condiciones del producto o servicio anunciado.
22. El artículo 8.3 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal dispone que la carga de acreditar la veracidad de las afirmaciones objetivas sobre los bienes o servicios anunciados corresponde a quien haya difundido tales alegaciones. El mencionado agente económico deberá contar con las pruebas que sustenten 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 normativo¹².

¹⁰ **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.

(...)

¹¹ **DECRETO LEGISLATIVO 1044. LEY DE REPRESIÓN DE LA COMPETENCIA DESLEAL**

Artículo 59.- Definiciones

Para efectos de esta Ley se entenderá por:

(...)

c) Anunciante: a toda persona, natural o jurídica, que desarrolla actos cuyo efecto o finalidad directa o indirecta sea concurrir en el mercado y que, por medio de la difusión de publicidad, se propone: i) ilustrar al público, entre otros, acerca de la naturaleza, características, propiedades o atributos de los bienes o servicios cuya producción, intermediación o prestación constituye el objeto de su actividad; o, ii) motivar transacciones para satisfacer sus intereses empresariales;

(...)

¹² **DECRETO LEGISLATIVO 1044. LEY DE REPRESIÓN DE LA COMPETENCIA DESLEAL**

Artículo 8.- Actos de engaño

(...)

23. Por otra parte, el artículo 21 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal¹³ establece las pautas de enjuiciamiento e interpretación de las manifestaciones publicitarias, precisando que su análisis se debe efectuar de manera integral y teniendo en cuenta el hecho de que el destinatario del anuncio queda influenciado mediante un examen superficial del mensaje transmitido, 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.
24. En consecuencia, para establecer si un anuncio induce a error a los consumidores, previamente deberá determinarse cuál es el contenido del mensaje publicitario. Una vez delimitado dicho mensaje, este debe ser corroborado con la realidad y, si existe una discordancia entre ellos, podrá concluirse que el anuncio publicitario es falso o induce a error (infringiendo el principio de veracidad).
25. Asimismo, debe recordarse que quien atribuye el significado al anuncio es el receptor y no el anunciante, por lo que la intención de este último será irrelevante para delimitar el mensaje de la expresión publicitaria¹⁴.
26. La interpretación de los anuncios se basa en el significado usual que un consumidor atribuye a las diversas imágenes y frases que figuran en un anuncio, lo cual está influenciado por las prácticas y el comportamiento común del mercado de productos o servicios en el cual el consumidor interactúa. Cabe resaltar que, en función de su experiencia previa, el consumidor también forma

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.

¹³ **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.

¹⁴ En el trabajo de Godin – Hoth se señala 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.

sus expectativas¹⁵.

III.2.2 Aplicación al presente caso

- (i) Sobre las publicaciones que darían a entender: (a) que las referidas entradas serían vendidas por Joinnus, cuando ello no sería cierto; y, (b) que habría finalizado la venta de entradas de los eventos publicitados.

27. Mediante Resolución s/n del 5 de noviembre de 2019, la Secretaría Técnica de la Comisión imputó a Joinnus la presunta comisión de actos de engaño¹⁶, entre otros, debido a que:

- (i) Habría difundido publicidad de los eventos señalados en el cuadro citado en el punto (i) literal (a) del numeral 2 de la presente resolución, a través de su página web www.joinnus.com. Lo anterior transmitiría a los consumidores que las entradas de dichos eventos se vendían en Joinnus, cuando ello no sería cierto.
- (ii) Habría difundido publicidad de los eventos señalados en el cuadro citado en el punto (i) literal (a) del numeral 2 de la presente resolución, a través de su página web www.joinnus.com. Esto daría a entender que la venta de entradas de los citados eventos había finalizado, lo cual no sería cierto.

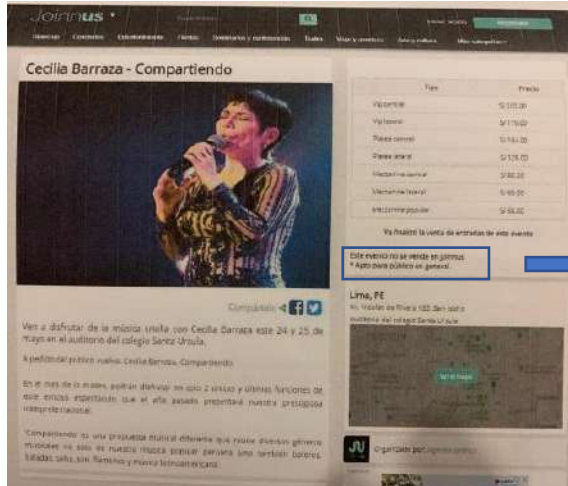
28. Sobre la base de esta imputación, mediante Resolución 065-2020/CCD-INDECOPI, la Comisión declaró infundados dichos extremos denunciados, pues -a su criterio- las publicaciones materia de imputación no correspondían a servicios ofrecidos por Joinnus y, por tanto, no configuraban actos de competencia desleal en los términos establecidos en la Ley de Represión de la Competencia Desleal.

29. Por tanto, corresponde a este Colegiado, analizar el contenido de los anuncios cuestionados y, sobre dicha base, establecer si los presuntos hechos objeto de imputación pueden calificar como actos de engaño conforme a lo previsto en la Ley de Represión de la Competencia Desleal.

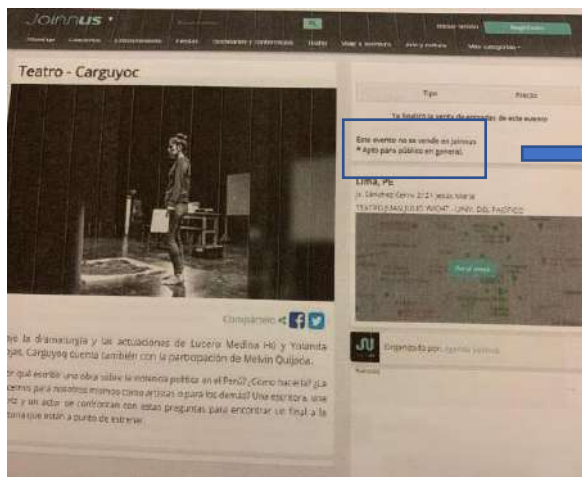
¹⁵ En ese sentido, y como sostiene el profesor español Farré López, el mensaje publicitario se define y caracteriza por la suma de los datos o hechos que se difunden, así como por el contexto y valoración común bajo el cual se perciben, pues según el referido investigador, "El mensaje publicitario tiene, en cualquiera de aquellas modalidades, un carácter complejo ya que se caracteriza por sumar la noticia, dato o hecho [difundido] y su contexto (es decir, la información en sentido amplio), a opiniones, ideas o valoraciones y, lo que es más importante, a la sugestión." FARRÉ LÓPEZ, Pedro. "El Derecho de Rectificación en el ámbito de la publicidad comercial". En: "Homenaje a Luis Rojo Ajuria: escritos jurídicos". Parte II. Santander: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Cantabria, 2002, p. 838.

¹⁶ Al respecto, ver foja 129 del expediente.

30. Al respecto, de la revisión de los anuncios materia de imputación¹⁷, se verifica que en todos los casos se indicó expresamente que los respectivos espectáculos no se vendían en Joinnus. A continuación, ello se puede observar en los siguientes ejemplos:



“Este evento no se vende en Joinnus”.



“Este evento no se vende en Joinnus”.

31. Teledistribución señaló que Joinnus se dedicaba principalmente a la venta de entradas de eventos. Sin embargo, tal como se ha indicado anteriormente, es pertinente recordar que la actividad de la imputada también está orientada a brindar información sobre eventos en general. En tal sentido, no es posible concluir que la sola difusión de un evento por Joinnus dé a entender que la referida empresa es la que necesariamente vende las entradas para dicho evento.

¹⁷ Ver fojas 52 y 53 del expediente, así como las fojas 95 a 124 del expediente.

32. A criterio de Teledistribución, la indicación “*este evento no se vende en Joinnus*” estaría ubicada en un segundo plano. Al respecto, es importante precisar que -contrariamente a la empresa recurrente- la Sala aprecia que dicha indicación está ubicada de forma visible en una zona relevante de la publicación web, de manera cercana a la información referida al precio de los tickets. En consecuencia, se observa que la frase “*este evento no se vende en Joinnus*” se encuentra en un plano adecuado, con un tamaño de letra que permite su regular lectura y que no pasaría desapercibida.
33. A mayor abundamiento, cabe señalar que en tales publicaciones no existe alguna indicación adicional que -de forma más destacada- señale o transmita (en detrimento de la frase “*este evento no se vende en Joinnus*”) que las entradas de estos eventos sí serían vendidas por la imputada.
34. Sobre la mención “*organiza agenda Joinnus*”, este Colegiado no considera que transmita que la imputada sea la encargada de vender las respectivas entradas, pues como ya se ha señalado, Joinnus difunde eventos en general. Por tanto, el organizar una agenda de eventos en base a las publicaciones de la imputada, no implica que la totalidad de tales espectáculos sean vendidos en la referida página web. De esta manera, no se aprecia que a través de las publicaciones materia de evaluación en este extremo, se haya dado a entender que las entradas para tales eventos fueran vendidas por Joinnus.
35. En consecuencia, no se constata el presunto mensaje engañoso indicado en el punto (i) del numeral 27 de esta resolución.
36. Por otra parte, es pertinente resaltar que el artículo 8 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal señala lo siguiente:

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.

(...)

(Subrayado añadido)

37. Conforme lo establece el citado artículo, para que se configure un acto de engaño, se requiere que el anunciante aluda a las características o beneficios

de sus propios productos, servicios o atributos. Sin embargo, conforme se aprecia en las diversas publicaciones cuestionadas en este acápite, Joinnus ha enfatizado en que las entradas de los eventos no se venden en su plataforma virtual.

38. Lo antes señalado se ve reforzado por lo indicado por la propia denunciante, quien parte de la premisa -precisamente- de que tales publicaciones correspondían a eventos que no eran vendidos por Joinnus.
39. En atención a ello, el acto de engaño denunciado consistente en -supuestamente- dar a entender que la venta de entradas de los citados eventos habría finalizado, en realidad no estaría referido a un mensaje transmitido sobre los productos, servicios, establecimiento o transacciones de la imputada, ni tampoco sobre sus atributos. Por tanto, la mención de que habría finalizado la venta de entradas para eventos que Joinnus expresamente consignó que no vendía, no podría tener como efecto real o potencial inducir a error a los demás agentes en el mercado sobre su propuesta comercial o sus propios atributos.
40. Considerando lo antes señalado, así como el Principio de Tipicidad contenido en el numeral 4 del artículo 248 del Decreto Supremo 004-2019-JUS que aprueba el Texto Único Ordenado de la Ley 27444 – Ley del Procedimiento Administrativo General¹⁸, no es posible sancionar la presunta conducta imputada que fue reseñada en el punto (ii) del numeral 27 de esta resolución, como un acto de engaño.
41. En tal sentido, carece de objeto evaluar los argumentos relacionados a la veracidad de la información difundida por Joinnus sobre eventos que dicha empresa había manifestado que no vendía, pues como se ha indicado, el presunto mensaje antes señalado no calificaría como un acto de engaño conforme a los términos previstos en la Ley de Represión de la Competencia Desleal.

¹⁸

DECRETO SUPREMO 004-2019-JUS. TEXTO ÚNICO ORDENADO DE LA 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:

(...)

4. Tipicidad.- Solo constituyen conductas sancionables administrativamente las infracciones previstas expresamente en normas con rango de ley mediante su tipificación como tales, sin admitir interpretación extensiva o analogía. Las disposiciones reglamentarias de desarrollo pueden especificar o graduar aquellas dirigidas a identificar las conductas o determinar sanciones, sin constituir nuevas conductas sancionables a las previstas legalmente, salvo los casos en que la ley o Decreto Legislativo permita tipificar infracciones por norma reglamentaria.

(...)

M-SDC-02/02

Vigencia del Modelo: 2020-03-11

17/34

42. Por todo lo expuesto, corresponde confirmar la Resolución 065-2020/CCD-INDECOPI que declaró infundados los extremos analizados en el presente acápite.
- (ii) *Sobre la publicidad de los eventos "La Tarumba - Volver" y "Electra", en donde se habría consignado una lista de precios incorrecta, dando a entender que solo existirían los precios señalados por Joinnus, cuando ello no sería cierto*
43. Mediante Resolución s/n del 5 de noviembre de 2019, la Secretaría Técnica de la Comisión imputó a Joinnus la presunta comisión de actos de engaño¹⁹, entre otros, debido a que estaría difundiendo publicidad de los eventos "La Tarumba - Volver" y "Electra", a través de su página web www.joinnus.com, en donde se habría consignado una lista de precios que sería incorrecta, dando a entender a los consumidores que solo existirían los precios señalados por Joinnus, cuando ello no sería cierto.
44. Sobre la base de esta imputación, mediante Resolución 065-2020/CCD-INDECOPI, la Comisión declaró infundado dicho extremo denunciado, pues -a su criterio- las publicaciones materia de imputación no correspondían a servicios ofrecidos por Joinnus, por lo que no configuraban actos de engaño en los términos establecidos en la Ley de Represión de la Competencia Desleal.
45. Al respecto, de la revisión de los anuncios materia de imputación²⁰, se verifica que al igual que en los anuncios analizados en el acápite precedente, la imputada precisó de manera clara que tales espectáculos ("La Tarumba - Volver" y "Electra") no se vendían en la página web de Joinnus, conforme se verifica a continuación:

¹⁹ Al respecto, ver foja 129 del expediente.

²⁰ Ver fojas 52 y 53 del expediente.



“Este evento no se vende en Joinnus”.



“Este evento no se vende en Joinnus”.

46. Si bien la denunciante señala que Joinnus no sería un “portal informativo”, conforme se ha indicado en el numeral 16 de la presente resolución, Joinnus no se dedica exclusivamente a vender entradas, sino que además difunde información de eventos en general.
47. Lo antes mencionado y la indicación expresa incluida en las publicaciones cuestionadas (en las cuales se señala que estos eventos no se vendían en Joinnus), permiten que los destinatarios de las publicaciones entiendan que estas últimas estaban orientadas a difundir la existencia de eventos e información vinculada a estos, pero no a difundir algún producto o servicio de la imputada ni resaltar algún atributo de dicho agente económico.
48. Conforme se ha indicado en el numeral 20 de esta resolución, la existencia de un acto de engaño consiste en la inducción a error respecto de un producto o servicio del anunciante o un atributo de dicho agente económico. Sin embargo, eso no se produce en este caso, pues lo denunciado por Teledistribución está relacionado a la presunta consignación de una lista de

precios incorrecta por parte de Joinnus respecto de eventos que la imputada expresamente indicó que no vendía ni ofrecía en el mercado.

49. En atención a ello, carece de objeto evaluar los argumentos de apelación de Teledistribución dirigidos a cuestionar: (i) la veracidad de la información difundida por Joinnus; (ii) si era lógico o razonable que los precios de las entradas a los eventos hayan sido consignados como información referencial; y, (iii) si el consumidor razonablemente podía o no tener conocimiento de que existía un costo diferenciado por entradas. Lo anterior, pues conforme ha sido desarrollado, el presunto hecho imputado respecto a las publicaciones de Joinnus (evaluadas en este acápite) no configuran actos de engaño conforme a los términos previstos en la Ley de Represión de la Competencia Desleal.
50. A mayor abundamiento, cabe precisar que Joinnus (al difundir la existencia de diversos eventos en general) no se encuentra obligada a incluir la totalidad de los precios o características de los espectáculos que no ofrece ni incluir enlaces o remisiones a las plataformas de otros agentes del mercado.
51. Por tanto, corresponde confirmar la Resolución 065-2020/CCD-INDECOPI que declaró infundado el presente extremo.
- (iii) *Sobre la difusión de publicidad del evento "The Offspring" a través de su página web www.joinnus.com y página oficial de Facebook de la imputada, dando a entender que las entradas de dicho evento se venderían en Joinnus, cuando ello no sería cierto*
52. Mediante Resolución s/n del 5 de noviembre de 2019, la Secretaría Técnica de la Comisión imputó a Joinnus la presunta comisión de actos de engaño, entre otros, debido a que estaría difundiendo publicidad del concierto "The Offspring" mediante su página web www.joinnus.com y su página oficial de Facebook, dando a entender a los consumidores que las entradas de dicho evento se venderían en Joinnus, cuando ello no sería cierto.
53. Sobre la base de esta imputación, mediante Resolución 065-2020/CCD-INDECOPI, la Comisión declaró: (i) infundado el extremo referido a la página web, pues no correspondía a servicios ofrecidos por Joinnus y, por tanto, no configuraba un acto de engaño en los términos establecidos en la Ley de Represión de la Competencia Desleal; y, (ii) fundado el extremo referido a su página oficial de Facebook, pues a criterio de la Comisión, dicho anuncio daba a entender a los consumidores que el evento publicitado se vendía en Joinnus y la imputada no presentó medio probatorio que lo acredite.
- *Sobre el anuncio en página web*
54. Al respecto, el anuncio materia de imputación es el siguiente:

M-SDC-02/02

Vigencia del Modelo: 2020-03-11



“Este enlace es solo
informativo.
Este evento no se vende
en Joinnus”.

55. De la revisión del anuncio²¹, se verifica que la imputada precisó de manera expresa que las entradas para dicho espectáculo no eran vendidas por Joinnus y que dicho enlace sería solo informativo. Estas indicaciones se encuentran ubicadas de forma visible en la parte superior derecha de la publicación y con un tamaño de letra claro. Por ende, la Sala considera – a diferencia de lo señalado por la denunciante- que las mencionadas frases se encuentran en un plano adecuado y no pasarían desapercibidas.
56. A mayor abundamiento, cabe señalar que no consta en dicha publicación alguna indicación adicional que -de forma más destacada- señale o transmita que las entradas sí serían vendidas por la imputada, en detrimento de la frase “*este evento no se vende en Joinnus*”.
57. Finalmente, sobre la mención “*organiza agenda Joinnus*”, tal como se señaló en el numeral 34 de la presente resolución, esta no transmite que sea dicha empresa la que venda las entradas, considerando que la imputada no se dedica exclusivamente a ofrecer entradas para eventos, sino que además difunde información de espectáculos en general. Por tanto, el organizar una agenda de eventos en base a sus publicaciones, no implica que la totalidad de tales eventos sean vendidos en la referida página web.
58. Lo antes expuesto permite concluir que, a través de la publicación materia de evaluación en este extremo, no se ha dado a entender el mensaje imputado consistente en que las entradas al concierto de la banda “The Offspring” fueran vendidas por Joinnus. En consecuencia, no se ha configurado un acto de engaño en los términos establecidos en la Ley de Represión de la Competencia Desleal.

- Sobre el anuncio en la página oficial de Facebook

²¹ Obrante en la foja 62 del expediente.

59. En su apelación, Joinnus sostuvo que el anuncio es meramente informativo, pues comunica que la banda “The Offspring” tocará en Lima e invita al usuario a informarse más sobre el evento en su página web. El anuncio materia de imputación en este extremo, es el siguiente²²:

Extremo superior



En el encabezado consta el enunciado “*Joinnus está escuchando a The Offspring. 16 de agosto de 2019*”. Seguidamente se aprecia la frase “*¡Lo que muchos estábamos esperando! The Offspring + Bad Religion en Lima como parte del festival Punks not dead 1. ¡Entérate todo sobre esta increíble fecha aquí!*” y un enlace web. Debajo aparece la imagen de los miembros de la banda “The Offspring” con la frase “*The Offspring en Lima. Entérate más en Joinnus.com*”.

²² Obrante en las fojas 65 y 66 del expediente.

Extremo inferior

60. Conforme se puede observar en la parte inferior del anuncio difundido en Facebook, debajo de la imagen de los miembros de la banda "The Offspring" en la que se incluyó la frase "The Offspring en Lima. Entérate más en Joinnus.com", se observa el enunciado "Joinnus. Venta de entradas" (subrayado agregado).
61. Luego de un análisis integral y superficial de la publicidad en cuestión, teniendo en cuenta que en la parte inferior del anuncio se observa la frase "Joinnus. Venta de entradas", esta Sala considera que dicho anuncio puede inducir a los consumidores a entender que la venta de entradas de este evento se realizaría a través de Joinnus.
62. Mediante su escrito de apelación, Joinnus expuso los siguientes argumentos:
- La frase "venta de entradas" ubicada en la parte inferior de la publicación en Facebook es la categoría general que dicha red social requiere a todas las cuentas creadas en su plataforma. La determinación de dicha frase se basa en algoritmos y Joinnus no tiene control sobre ella, pues -de manera aleatoria- también suelen aparecer las frases "sitio web de comercio electrónico" y "sitio web de entretenimiento".
 - Mediante el enlace que forma parte integral del anuncio, se precisó que Joinnus no vende entradas para dicho evento. La Comisión no consideró el enlace como parte del anuncio de Facebook, pues a pesar de que el mensaje es uno solo, la primera instancia erróneamente lo divide y evalúa dos veces (Facebook y página web).
 - Resulta incongruente que la autoridad considere que no hay infracción respecto al mensaje transmitido mediante la página web, pero que sí se configure un acto de engaño mediante la página de Facebook, sobre el mismo mensaje.

63. Con relación al argumento expuesto en el literal (i) del numeral precedente, cabe recordar que (conforme se ha señalado en el marco normativo) en el análisis del mensaje transmitido mediante un anuncio, lo relevante es la interpretación superficial del consumidor. En tal sentido, es importante considerar que la denunciada es una empresa que vende entradas, en cuya página oficial de Facebook difundió la realización del mencionado concierto, consignando su nombre (Joinnus) con la indicación “venta de entradas”, y sin incluir alguna indicación (a diferencia de las publicaciones analizadas en acápite previos) en donde aclare que la publicación es solo informativa o que no ofrecía las entradas para dicho evento.
64. Los elementos antes reseñados permiten considerar que, de una lectura superficial e integral de un consumidor, este podría razonablemente entender que Joinnus estaba anunciando un evento cuyas entradas vendería. Asimismo, resulta distante de ser una interpretación superficial y natural del anuncio transmitido, que un consumidor asuma que dicha mención corresponde al algoritmo de Facebook o es algo aleatorio.
65. Complementariamente, conforme se ha expuesto en el marco normativo, no resulta relevante lo que haya deseado transmitir el anunciante, sino cómo el público destinatario percibe el mensaje difundido y si ello puede o no inducirlo a error.
66. Cabe agregar que el artículo 7 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal establece que la realización de un acto de competencia desleal puede constatarse sin que sea necesario acreditar la conciencia o voluntad del agente económico imputado sobre su realización²³. De ese modo, el alegato formulado por Joinnus respecto a que no habría tenido control sobre la inclusión de la frase “Joinnus. Venta de entradas” en la publicación materia de imputación, no elimina la inducción a error a la que pudieron estar expuestos los consumidores. Por tanto, corresponde desestimar lo alegado por la denunciada en este punto.
67. Por otra parte, respecto a lo señalado en el literal (ii) del numeral 62, si bien en el anuncio difundido en Facebook consta un enlace que dirige a la página web de Joinnus, no es posible dejar de considerar que se trata de una remisión de carácter complementario (al indicar expresamente que el usuario podría enterarse de todo lo relacionado al evento en dicho enlace).

²³**DECRETO LEGISLATIVO 1044. LEY DE REPRESIÓN DE LA COMPETENCIA DESLEAL****Artículo 7.- Condición de licitud.-**

7.1.- La determinación de la existencia de un acto de competencia desleal no requiere acreditar conciencia o voluntad sobre su realización.

(...)

68. En la medida de que el anuncio materia de evaluación en este caso (publicación en la página oficial de Facebook) contiene de manera expresa y sin alguna mención en contrario, la indicación “*Joinnus. Venta de entradas*”, resulta claro que el mensaje captatorio del anuncio transmite que las entradas para dicho evento eran vendidas por la denunciada.
69. De ese modo, sin perjuicio de lo señalado en el sitio web al cual conducía el enlace consignado, lo cierto es que los usuarios que observaran rápidamente el anuncio en Facebook, podrían asumir que las entradas para el concierto de “*The Offspring*” eran vendidas por Joinnus. Cabe señalar que, de forma natural y superficial, los consumidores esperarían que el enlace contenga datos complementarios, mas no contradictorios (como el hecho de señalar que no se vendían las entradas para este evento, cuando en la publicación de la red social Facebook se daba a entender la venta de estas por parte de Joinnus).
70. Lo expuesto no implica una partición o división del anuncio, sino que se considere cada publicidad en su real dimensión, pues una publicación es la contenida en la página web (de acceso directo por los usuarios) y otro canal es la red social Facebook, en la cual consta una publicación diferente y con un mensaje propio (sin perjuicio de que, complementariamente, contenga un enlace que derive de forma accesoria a la página web de la imputada).
71. Por ende, el análisis del contenido difundido por cada una de estas publicaciones en dos medios digitales distintos (página web y Facebook), así como los diferentes mensajes transmitidos, no implican la existencia de un análisis incongruente.
72. Finalmente, la imputada ha reconocido que no participó en la venta de las entradas del concierto de “*The Offspring*”, lo cual difiere del mensaje transmitido mediante el anuncio en Facebook. Siendo así, se colige que Joinnus ha incurrido en actos de engaño por la difusión de la referida publicación, cuyo mensaje era apto para inducir a error a los consumidores respecto a la venta de entradas del evento antes mencionado.
73. Por consiguiente, corresponde confirmar la Resolución 065-2020/CCD-INDECOPI en el extremo que halló responsable a Joinnus por la comisión de actos de engaño mediante la publicación antes señalada, que fue efectuada en la red social Facebook. Dicha infracción se encuentra tipificada en el artículo 8 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal.

III.3. Sobre el presunto acto de violación de secretos empresariales

III.3.1. Marco normativo

M-SDC-02/02

Vigencia del Modelo: 2020-03-11

25/34

74. El artículo 13 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal²⁴ califica la violación de secretos empresariales como un supuesto típico de competencia desleal, estableciendo que se encuentran prohibidos y serán sancionados aquellos actos que tengan por efecto real o potencial, que:
- (i) Un agente económico divulgue o explote para su beneficio secretos empresariales ajenos, sin autorización de su titular, a los que tuvo acceso en forma legítima con deber de reserva (en ejercicio de su cargo o en el marco de relaciones contractuales comerciales) o ilegítima (por ejemplo, sustracción de información).
 - (ii) Un agente económico adquiera un secreto empresarial ajeno mediante el empleo del espionaje o la inducción al incumplimiento de deber de reserva; es decir, el interesado se vale de la actuación de un tercero para acceder a tales secretos empresariales.
75. Para la configuración de un acto de competencia desleal en la modalidad de violación de secretos empresariales, se requieren los siguientes elementos constitutivos:
- (i) La existencia de un secreto comercial o industrial; y,
 - (ii) la divulgación o explotación de dicho secreto realizado por quien tuvo acceso a esta información con deber de reserva o la obtuvo de forma ilegítima; así como la adquisición de secretos empresariales ajenos por medio de espionaje, inducción al incumplimiento de deber de reserva o procedimientos análogos.
76. El artículo 13 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal no precisa alguna regla especial respecto a las características que debe poseer determinada información a fin de ser considerada como secreto empresarial para efectos de dicho tipo infractor.
77. En tal sentido, resulta conveniente traer a colación el literal c) del artículo 2.1. de la Directiva de Confidencialidad, norma que califica como secreto

²⁴**DECRETO LEGISLATIVO 1044. LEY DE REPRESIÓN DE LA COMPETENCIA DESLEAL****Artículo 13.- Actos de violación de secretos empresariales.-**

Consisten en la realización de actos que tengan como efecto, real o potencial, lo siguiente:

- a) Divulgar o explotar, sin autorización de su titular, secretos empresariales ajenos a los que se haya tenido acceso legítimamente con deber de reserva o ilegítimamente
- b) Adquirir secretos empresariales ajenos por medio de espionaje, inducción al incumplimiento de deber de reserva o procedimiento análogo.

empresarial²⁵ a aquella información no divulgada que una empresa natural o jurídica legítimamente posea, que pueda usarse en alguna actividad productiva, industrial o comercial y sea susceptible de transmitirse a un tercero, en la medida que sea secreta, tenga un valor comercial por ser secreta y haya sido objeto de medidas razonables tomadas por su legítimo poseedor para mantenerla secreta²⁶.

78. Asimismo, conviene utilizar como referencia lo indicado en el artículo 40 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal²⁷ respecto de las condiciones necesarias para que la información resulte confidencial²⁸, las cuales son:

²⁵ DIRECTIVA 001-2008/TRI-INDECOPI, SOBRE CONFIDENCIALIDAD DE LA INFORMACIÓN EN LOS PROCEDIMIENTOS SEGUIDOS POR LOS ÓRGANOS FUNCIONALES DEL INDECOPI
IV. DISPOSICIONES GENERALES

(...)

2. Información confidencial

2.1. Puede declararse confidencial aquella información presentada por las partes o terceros en el marco de un procedimiento seguido ante INDECOPI o aquella información copiada por el INDECOPI en el curso de sus actividades de supervisión, fiscalización y/o investigación, cuya divulgación implique una afectación significativa para el titular de la misma o un tercero del que el aportante la hubiere recibido, u otorgue una ventaja significativa para un competidor del aportante de la información.

Puede también declararse confidencial aquella información que sea considerada reservada o confidencial por Ley. Entre éstas:

(...)

c) La información protegida por la respectiva regulación del secreto bancario, tributario, comercial, industrial, empresarial, tecnológico y bursátil.

Se considerará lo siguiente:

(...)

Secreto empresarial: Cualquier información no divulgada que una empresa natural o jurídica legítimamente posea, que pueda usarse en alguna actividad productiva, industrial o comercial, y que sea susceptible de transmitirse a un tercero, en la medida que dicha información sea:

c.1 Secreta, en el sentido que como conjunto o en la configuración y reunión precisa de sus componentes, no sea generalmente conocida ni fácilmente accesible por quienes se encuentran en los círculos que normalmente manejan la información respectiva;

c.2 tenga un valor comercial por ser secreta; y

c.3 haya sido objeto de medidas razonables tomadas por su legítimo poseedor para mantenerla secreta.

²⁶ Según la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), la información empresarial secreta se divide en: "los secretos de fabricación (o industriales), que es información de carácter puramente técnico, como serían métodos de producción, fórmulas químicas, proyectos y prototipos" y "los secretos comerciales que incluyen métodos de venta, de distribución, formatos de contratos, programas comerciales, detalles sobre los acuerdos de precios, perfiles de los consumidores, estrategias de publicidad y listas de proveedores o clientes".

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL. "Protección contra la Competencia Desleal". Ginebra: OMPI, 1994, p.54.

²⁷ DECRETO LEGISLATIVO 1044. LEY DE REPRESIÓN DE LA COMPETENCIA DESLEAL

Artículo 40.- Información Confidencial.-

(...)

40.2.- De conformidad con la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública, la solicitud de declaración de reserva sobre un secreto comercial, industrial, tecnológico o, en general, empresarial será concedida por la Comisión o el Tribunal, siempre que dicha información:

a) Se trate de un conocimiento que tenga carácter de reservado o privado sobre un objeto determinado;

b) Que quienes tengan acceso a dicho conocimiento posean voluntad e interés consciente de mantenerlo reservado, adoptando las medidas necesarias para mantener dicha información como tal; y,

c) Que la información tenga un valor comercial, efectivo o potencial.

²⁸ Sobre la aplicación referencial de las reglas establecidas en el artículo 40 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal, véase la Resolución 16-2017/SDC-INDECOPI del 10 de enero de 2017 y la Resolución 360-2017/SDC-INDECOPI del 22 de junio de 2017.

- (i) Que se trate de un conocimiento que tenga carácter de reservado o privado sobre un objeto determinado;
 - (ii) que quienes tengan acceso a dicho conocimiento posean voluntad e interés consciente de mantenerlo reservado, adoptando las medidas necesarias para mantener dicha información como tal; y,
 - (iii) que la información tenga un valor comercial, efectivo o potencial.
79. De acuerdo con el primer requisito, la información necesariamente debe versar sobre un objeto determinado, esto es, referir algún dato específico e identificable. Asimismo, solo una vez individualizada la información y establecida su existencia, se podrá apreciar si tiene naturaleza reservada (caso contrario, no podría calificar como un “secreto empresarial”), lo cual supone analizar si está a disposición de terceros no autorizados²⁹.
80. Complementariamente, solo podrá considerarse secreta aquella información reservada con cuidado dentro del propio ámbito de conocimiento del titular y de aquellos terceros que hayan accedido a esta con un deber de reserva. En ese sentido, el titular de tal información debe haber adoptado medidas para evitar que se produzca su divulgación, tales como: acuerdos de confidencialidad, medidas de seguridad física, encriptación de datos, accesos restringidos u otras alternativas tecnológicas análogas³⁰.

²⁹ De conformidad con lo dispuesto por el artículo 260 literal a) de la Decisión 486 –Régimen Común sobre Propiedad Industrial– aplicable a los países andinos, el carácter secreto depende de que “(...) como conjunto o en la configuración y reunión precisa de sus componentes, (la información) no sea generalmente conocida ni fácilmente accesible por quienes se encuentran en los círculos que normalmente manejan la información respectiva”.

³⁰ “Las medidas razonables pueden incluir un enfoque de capas o niveles. Un nivel puede involucrar medidas de seguridad física, tales como el aislamiento del secreto empresarial en un área específica o limitar el acceso solo a casos en que exista como fundamento una “necesidad de saber”; uso de tarjetas de seguridad para controlar y restringir el acceso; o requerir el llenado de hojas de registro a los visitantes. Otro nivel puede involucrar limitaciones computarizadas o electrónicas, tales como una clave múltiple, laptops de seguridad, encriptación de datos, y limitación de acceso remoto o vía internet en el área donde el secreto empresarial es utilizado. En otro nivel, muchas compañías protegen sus secretos empresariales a través de sus políticas laborales, lo cual incluye acuerdos laborales de no revelación, calificación de los secretos empresariales y sus propiedades como “confidenciales”, capacitaciones y recordatorios sobre la importancia de proteger los secretos empresariales de la compañía, manuales de trabajo, y entrevistas a la partida de un trabajador para asegurarse que los materiales de propiedad de la empresa vinculadas a los conocimientos reservados hayan sido devueltos y remarcar las obligaciones de confidencialidad”.

Traducción libre del siguiente texto:

“Reasonable measures may include a layered or tiered approach. One layer may involve physical security, such as isolating the trade secret to a particular area and limiting access on a “need to know” basis; using security cards to monitor and restrict access; or requiring sign-in sheets to record visitors. Another layer may involve computer or electronic limitations, such as multiple passwords, secure laptops, data encryption, and no remote or internet access in the area where the trade secret is used. As another layer, most companies protect trade secrets through employment policies and practices including employee non-disclosure agreements, marking trade secret and proprietary information as “confidential,” training and reminders about the importance of protecting the company trade secrets, employment manuals, and exit interviews upon an employee’s departure to ensure proprietary materials have

81. Finalmente, determinada información reservada tendrá valor comercial efectivo o potencial cuando su utilización en régimen de secreto reporte un provecho patrimonial, por suponer para el empresario una ventaja frente a los competidores que lo desconocen³¹.

III.3.2. Aplicación al presente caso

82. A través de la Resolución 065-2020/CCD-INDECOPI, la Comisión declaró infundada la denuncia de Teledistribución contra Joinnus por la presunta comisión de actos de violación de secretos empresariales consistentes en la difusión de la fecha de realización del concierto de la banda “The Offspring”. Al respecto, la Comisión consideró que no obraba en el expediente algún contrato de exclusividad suscrito entre Teledistribución y la productora del espectáculo, en el cual se indique que la fecha de realización del evento sería conocida únicamente por dichas empresas.
83. En apelación, Teledistribución sostuvo que el 19 de agosto de 2019, Joinnus reveló la fecha de realización del concierto de la banda “The Offspring”, información reservada a la cual solo tenían acceso Teleticket y la banda en mención. Dicha empresa sostuvo que resulta incomprensible cómo es que Joinnus accedió a la referida información, por lo que no cabe duda de que fue de forma ilícita.
84. Conforme al marco normativo expuesto con anterioridad, se deberá verificar si la información alegada por Teledistribución califica como secreto empresarial, para lo cual se verificará si: (i) está enfocada en un determinado objeto; (ii) ha sido mantenida en reserva utilizando mecanismos idóneos; y, (iii) tiene valor comercial.
85. Respecto al primer requisito, el presunto secreto empresarial aludido por Teledistribución sería la fecha de realización del concierto de la banda “The Offspring”, lo cual constituye un dato que versa sobre un objeto determinado e identificable.
86. Por ende, corresponde evaluar si Teledistribución manifestó su voluntad e interés en mantener en reserva dicha información presuntamente sustraída y divulgada por Joinnus, adoptando las medidas necesarias para ello.

been returned and to underscore confidentiality obligations.” KROTOSKI, Mark L. “Common Issues and challenges in prosecuting trade secrets and economic espionage act cases”.

En: UNITED STATES ATTORNEYS’ BULLETIN. Columbia: Executive Office for United States Attorneys, Noviembre 2009, Volumen 57, p. 10. (Texto accesible en http://www.justice.gov/usao/eousa/foia_reading_room/usab5705.pdf. Página web visitada el 24 de marzo de 2021).

³¹ LLOBREGAT HURTADO, María Luisa. “Temas de Propiedad Industrial”. Madrid: Editorial La Ley 2da. Edición, p. 494.

87. Al respecto, de la revisión de los actuados en el expediente, no consta el contrato suscrito por Teledistribución y la productora del concierto ni algún otro documento entre tales empresas (u otro medio probatorio), en los cuales se indique que la fecha del evento en cuestión sería conocida únicamente por dichas partes o que tendría la condición de reservada hasta algún determinado momento.
88. Resulta lógico que la fecha del concierto indefectiblemente sería puesta en conocimiento de terceros al momento de solicitar las autorizaciones respectivas, contratar los servicios conexos necesarios para su realización, así como al momento de publicitar el evento y vender las entradas. Esta circunstancia determina que sea especialmente relevante verificar la existencia de algún documento o mecanismo contractual que permita acreditar que, durante un tiempo claramente determinado, dicha información había sido mantenida de forma reservada por las partes y protegida frente a un eventual acceso por parte de terceros ajenos.
89. En consecuencia, al no verificarse que la fecha en mención haya sido mantenida en reserva utilizando mecanismos idóneos y que constituyera un secreto empresarial en el momento que Joinnus difundió tal información, la autoridad no puede calificar tal dato como secreto empresarial.
90. Si bien Teledistribución afirma que la información sobre la fecha del concierto solo era accesible por su empresa, la productora del espectáculo y la banda "The Offspring", lo cierto es que no se verifica la existencia de algún elemento que denote que -en efecto- era de acceso exclusivo para dichos agentes económicos.
91. Asimismo, no podría asumirse que la denunciada haya accedido a dicha información de forma ilícita, pues sin perjuicio de que Joinnus haya afirmado que la fecha del concierto habría sido difundida también en otros medios³², lo cierto es que el presente procedimiento es de carácter sancionador y lo que corresponde ser acreditado es la conducta infractora. Sin embargo, en este caso no obra evidencia de la calidad de secreto empresarial de dicha información ni mucho menos, de su obtención indebida por parte de la denunciada.
92. Por lo tanto, corresponde confirmar la Resolución 065-2020/CCD-INDECOPI en el extremo que declaró infundada la denuncia formulada por

³² En su escrito del 23 de diciembre de 2020, Joinnus incluyó pantallazos correspondientes a diversas publicaciones del 16 de agosto de 2019, en las que se anunciaba el concierto de la banda "The Offspring" e incluían la fecha de realización de dicho evento.

Teledistribución contra Joinnus por la presunta comisión de actos de violación de secretos empresariales, en la medida que no es posible atribuir responsabilidad a dicha empresa respecto a esta imputación.

III.4 Sobre la sanción impuesta a Joinnus

93. Si bien se ha confirmado el pronunciamiento de primera instancia que declaró fundada en parte la denuncia contra Joinnus por la comisión de actos de engaño, lo cierto es que dicha empresa no ha presentado argumentos dirigidos a cuestionar los criterios empleados por la Comisión³³ para imponerle una sanción de amonestación³⁴. Por consiguiente, corresponde confirmar la Resolución 065-2020/CCD-INDECOPI en el extremo que impuso a Joinnus una amonestación.

III.5 Sobre la medida correctiva

94. A través de la presente resolución, esta Sala ha confirmado la Resolución 065-2020/CCD-INDECOPI que declaró fundada en parte la denuncia contra Joinnus por la comisión de actos de engaño por la difusión de un anuncio en Facebook que indujo a error a los consumidores.

³³ Tales criterios fueron modalidad y alcance de la conducta infractora, así como la sustancialidad del mensaje difundido. Adicionalmente, la Comisión consideró que dicha conducta fue leve y sin efectos en el mercado.

³⁴ Los argumentos de Joinnus estuvieron dirigidos a cuestionar las razones por las cuales la Comisión declaró fundada en parte la denuncia interpuesta por Teledistribución, pero no los criterios de graduación empleados al sancionarla con una amonestación. Debe tenerse en cuenta que la sanción impuesta, es decir, una amonestación, es la menos gravosa del catálogo de sanciones previstas en el artículo 52 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal.

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 setecientos (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.

95. Asimismo, con relación a la medida correctiva ordenada por la Comisión, se aprecia que está dirigida al cese definitivo e inmediato de la publicidad que informe a los consumidores que vendería entradas a conciertos y/o espectáculos, en la medida que ello no sea cierto. En efecto, se aprecia que dicha medida correctiva está sustentada en el acápite 3.4 de la resolución apelada y se encuentra orientada precisamente a que cese el acto infractor y no se replique en el futuro, reestableciendo así la leal competencia distorsionada por la conducta infractora detectada.
96. Complementariamente, no se aprecia que Joinnus haya expuesto en su escrito de apelación algún argumento por el cual se cuestione la mencionada medida correctiva. Por tanto, corresponde confirmar dicho extremo de la Resolución 065-2020/CCD-INDECOPI en sus mismos términos.

III.6 Sobre el pago de las costas y costos del procedimiento

97. Mediante su apelación, Joinnus solicitó que: (i) se revoque la Resolución 065-2020/CCD-INDECOPI en el extremo que ordenó el pago de las costas y costos del procedimiento a favor de Teledistribución; y, (ii) se ordene a la denunciante que asuma el pago de las costas y costos del procedimiento.
98. De acuerdo con el artículo 7 de la Ley sobre Facultades, Normas y Organización del Indecopi³⁵ aprobada por Decreto Legislativo 807, en cualquier procedimiento contencioso seguido ante el Indecopi, la Comisión (o de ser el caso, la Sala) se encuentra facultada a ordenar al infractor al pago de las costas y los costos en que hubiera incurrido el denunciante o el Indecopi.
99. Por tanto, conforme a lo establecido en la norma mencionada, no se encuentra contemplada la posibilidad de ordenar al denunciante que asuma el

³⁵

DECRETO LEGISLATIVO 807. FACULTADES, NORMAS Y ORGANIZACIÓN DEL INDECOPI

Artículo 7.- Pago de costas y costos.- En cualquier procedimiento contencioso seguido ante el INDECOPI, la comisión o dirección competente, además de imponer la sanción que corresponda, puede ordenar que el infractor asuma el pago de las costas y costos del proceso en que haya incurrido el denunciante o el INDECOPI. En los procedimientos seguidos de parte ante la Comisión de Eliminación de Barreras Burocráticas, se podrá ordenar el pago de costas y costos a la entidad que haya obtenido un pronunciamiento desfavorable.

En caso de incumplimiento de la orden de pago de costas y costos del proceso, cualquier comisión o dirección del INDECOPI puede aplicar las multas de acuerdo a los criterios previstos en el artículo 118 de la Ley 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor.

Quien a sabiendas de la falsedad de la imputación o de la ausencia de motivo razonable denuncie a alguna persona natural o jurídica, atribuyéndole una infracción sancionable por cualquier órgano funcional del INDECOPI, será sancionado con una multa de hasta cincuenta (50) Unidades Impositivas Tributarias (UIT) mediante resolución debidamente motivada. La sanción administrativa se aplica sin perjuicio de la sanción penal o de la indemnización por daños y perjuicios que corresponda.

(Artículo modificado por el artículo 3 de la Ley 30056, publicada en el diario oficial "El Peruano" el 2 de julio de 2013)

pago de las costas y costos del procedimiento, sino únicamente al infractor (de ser el caso).

100. Asimismo, mediante el presente pronunciamiento se ha confirmado la Resolución 065-2020/CCD-INDECOPI que declaró fundada en parte la denuncia interpuesta por Teledistribución por la comisión de actos de engaño. En tal sentido, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 7 del Decreto Legislativo 807, este Colegiado concuerda con lo resuelto por la primera instancia al haber ordenado a Joinnus, en su calidad de agente económico infractor, el pago de las costas y costos del procedimiento.
101. En consecuencia, en aplicación del Principio de Legalidad³⁶, corresponde: (i) confirmar la Resolución 065-2020/CCD-INDECOPI en el extremo que ordenó a Joinnus el pago de las costas y costos del procedimiento a favor de Teledistribución; y, (ii) denegar la solicitud presentada por Joinnus para que se ordene a Teledistribución que asuma el pago de las costas y costos del procedimiento.

IV. RESOLUCIÓN DE SALA

PRIMERO: confirmar la Resolución 065-2020/CCD-INDECOPI del 25 de agosto de 2020 que declaró fundada en parte la denuncia presentada por Teledistribución S.A. contra Joinnus S.A.C. por la realización 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, al haber difundido publicidad referida al concierto de la banda "The Offspring" (mediante su página oficial de Facebook), dando a entender a los consumidores que las entradas de dicho evento se venderían en Joinnus S.A.C., cuando ello no era cierto.

SEGUNDO: confirmar la Resolución 065-2020/CCD-INDECOPI del 25 de agosto de 2020 que declaró infundada la denuncia presentada por Teledistribución S.A. contra Joinnus S.A.C. por la presunta realización de actos de competencia desleal en la modalidad de violación de secretos empresariales, supuesto previsto en el artículo 13 del Decreto Legislativo 1044 – Ley de Represión de la Competencia Desleal.

TERCERO: confirmar la Resolución 065-2020/CCD-INDECOPI del 25 de agosto de 2020 en el extremo que sancionó a Joinnus S.A.C. con una amonestación.

³⁶ **DECRETO SUPREMO 004-2019-JUS. TEXTO ÚNICO ORDENADO DE LA 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:

1.1. Principio de legalidad.- Las autoridades administrativas deben actuar con respeto a la Constitución, la ley y al derecho, dentro de las facultades que le estén atribuidas y de acuerdo con los fines para los que les fueron conferidas.

(...)

CUARTO: confirmar la Resolución 065-2020/CCD-INDECOPI del 25 de agosto de 2020 en el extremo que ordenó a Joinnus S.A.C., en calidad de medida correctiva, el cese definitivo e inmediato de la publicidad que informe a los consumidores que vendería entradas a conciertos y/o espectáculos, cuando ello no sea cierto.

QUINTO: confirmar la Resolución 065-2020/CCD-INDECOPI del 25 de agosto de 2020 en el extremo que ordenó a Joinnus S.A.C. que asuma el pago de las costas y costos incurridos por Teledistribución S.A. en el presente procedimiento.

SEXTO: denegar el pedido de pago de las costas y los costos del procedimiento formulado por Joinnus S.A.C.

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

JUAN LUIS AVENDAÑO VALDEZ
Presidente