



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

**DENUNCIANTE** : ERIK CASTRO VIAL

**DENUNCIADO** : BEAT PERÚ S.A.

**MATERIA** : PUBLICIDAD COMERCIAL  
ACTOS DE ENGAÑO

**ACTIVIDAD** : CONSULTORÍA DE INFORMÁTICA Y GESTIÓN DE  
INSTALACIONES INFORMÁTICAS

**SUMILLA:** se **REVOCA** el extremo de la Resolución 077-2021/CCD-INDECOPI del 4 de mayo de 2021 que declaró fundada la denuncia interpuesta por el señor Erik Castro Vial contra Beat Perú S.A. por la realización de actos de competencia desleal en la modalidad de engaño, supuesto tipificado en el artículo 8 del Decreto Legislativo 1044 – Ley de Represión de la Competencia Desleal, por la difusión de publicidad consignando las siguientes frases: “¿El conductor demora mucho?” y “Con Beat estará ahí a tiempo” y, reformándola, se declara **INFUNDADA** la mencionada imputación, dejándose sin efecto la multa y la medida correctiva correspondientes.

**Dicha decisión se sustenta en que, contrariamente a lo imputado por la Secretaría Técnica de la Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal, no se aprecia que el mensaje difundido por la imputada consista en que los conductores que usan el aplicativo Beat recojan a los usuarios en un menor tiempo que los conductores que usan otros aplicativos, sino que los conductores que utilizan el aplicativo Beat llegan dentro del tiempo que se les informa a los usuarios.**

Lima, 17 de febrero de 2022

## I. ANTECEDENTES

1. El 2 de noviembre de 2020, el señor Erik Castro Vial (en adelante el señor Castro o el denunciante) denunció a Beat Perú S.A. (en adelante Beat o la denunciada) ante la Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal (en adelante la Comisión) por la presunta comisión de actos de competencia desleal en la modalidad de engaño, supuesto contemplado en el artículo 8 del Decreto Legislativo 1044 - Ley de Represión de la Competencia Desleal (en adelante Ley de Represión de la Competencia Desleal)<sup>1</sup>, al haber difundido, a través de

<sup>1</sup> **DECRETO LEGISLATIVO 1044. LEY DE REPRESIÓN DE LA COMPETENCIA DESLEAL**

**Artículo 8.- Actos de engaño.-**

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

(...)

redes sociales, publicidad consignando lo siguiente: “¿El conductor demora mucho?” y “con Beat estará ahí a tiempo”, lo cual daría a entender a los consumidores que, una vez asignados los conductores a través de su aplicativo, tomaría un menor tiempo en el recojo de los usuarios que su competencia, pese a que ello no sería cierto<sup>2</sup>. Los anuncios en cuestión son los siguientes:

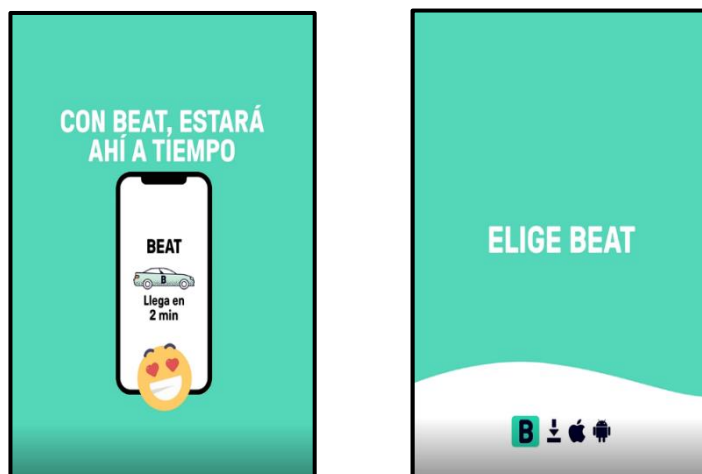
a) Anuncio en formato GIF



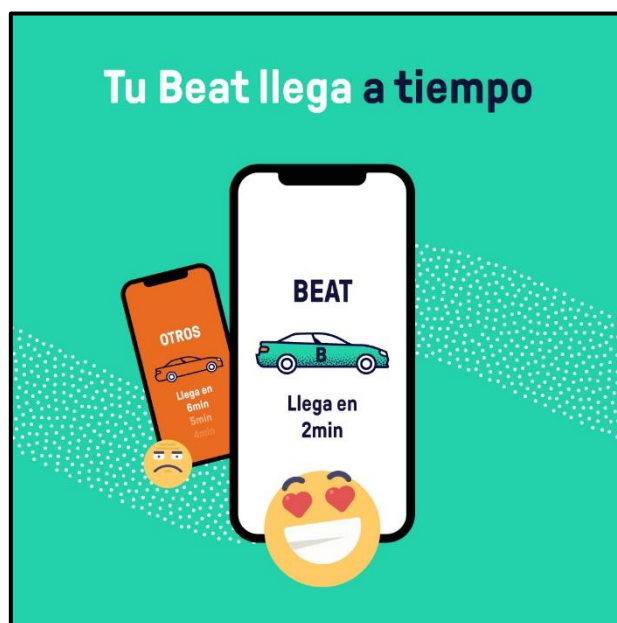
<sup>2</sup>

Adicionalmente, el señor Castro también denunció a Beat por la presunta comisión de actos de engaño por la difusión de publicidad consignando la siguiente afirmación: “¿Cansado de tarifas que cambian?” y “con Beat lo que ves, es lo que pagas”, la cual daría a entender a los consumidores que Beat sería el único operador en el mercado que brindaría un sistema de tarifas fijas en su servicio, lo cual no sería cierto.

Sin embargo, mediante la Resolución 077-2021/CCD-INDECOPI del 4 de mayo de 2021, la Comisión declaró infundado dicho extremo de la denuncia. Por tanto, dado que el señor Castro no apeló dicha resolución dentro del plazo legal de 15 días hábiles luego de su notificación, aquel extremo ha quedado consentido y, por ende, la Sala Especializada en Defensa de la Competencia no emitirá pronunciamiento alguno vinculado a dicho punto.



b) Anuncio en formato de imagen



2. El señor Castro sustentó su denuncia en lo siguiente<sup>3</sup>:

- (i) A través de la publicidad difundida por Beat, dicha empresa anuncia de forma objetiva que los tiempos de recojo de sus usuarios son los más bajos del mercado. Incluso, afirma que sus conductores llegan al punto de

<sup>3</sup> Asimismo, el señor Castro solicitó que la Comisión ordene la publicación de la resolución condenatoria, así como la publicación de un aviso rectificatorio.

recojo en 2 minutos, mientras que los conductores de sus competidores llegarían en 6 minutos.

- (ii) Si Beat transmite el mensaje de ser más rápido que sus competidores, debería contar con evidencia estadística que respalde tal afirmación, basada en un mínimo de rigor científico (estudios estadísticos representativos de situaciones y condiciones equiparables) y con fecha anterior a la emisión de su publicidad. Por ejemplo, si Beat se mide respecto de Uber o Cabify, las mediciones deben producirse considerando viajes realizados en el mismo horario y bajo condiciones de tráfico similares, así como las veces suficientes de tal forma que se pueda establecer un promedio.
3. Por Resolución s/n del 15 de diciembre de 2020, la Secretaría Técnica de la Comisión admitió a trámite la denuncia e imputó cargos contra Beat por la presunta comisión de actos de engaño<sup>4</sup>.
  4. El 26 de enero de 2021<sup>5</sup>, Beat se apersonó al procedimiento y presentó sus descargos manifestando lo siguiente:
    - (i) De una interpretación objetiva, integral y superficial de la publicidad imputada se aprecia que el mensaje publicitario transmitido es que los conductores que usan Beat llegan dentro del tiempo indicado por la aplicación.
    - (ii) No existe elemento alguno en la publicidad que señale que los conductores que usan Beat lleguen en menos tiempo que los conductores que usan otras aplicaciones y/o que Beat sería más rápido que sus competidores. Esta interpretación realizada por el denunciante deviene en forzada y sin sustento alguno.
    - (iii) Beat utiliza la tecnología *AutoDispatch*, la cual permite localizar al conductor más cercano al pasajero a fin de que se determine con mayor exactitud el tiempo de recojo que se le informa a este último.
  5. El 26 de abril de 2021, Beat presentó un escrito adicional donde reiteró lo señalado en sus descargos.
  6. Por Resolución 077-2021/CCD-INDECOPI del 4 de mayo de 2021, la Comisión declaró fundada la denuncia contra Beat por la comisión de actos de engaño

<sup>4</sup> Asimismo, la Secretaría Técnica de la Comisión requirió a Beat que presente la siguiente información:

- (i) La fecha de inicio de difusión de la publicidad materia de imputación; y,
- (ii) los periodos, cantidad, medios y frecuencia de difusión de los anuncios materia de imputación.

<sup>5</sup> Complementado mediante escrito del 16 de abril de 2021.

consistente en la difusión de las afirmaciones señaladas en el numeral 1 de la presente resolución. Además, la Comisión resolvió: (i) sancionar a Beat con una multa ascendente a 2 (dos) Unidades Impositivas Tributarias (en adelante UIT); (ii) ordenar, en calidad de medida correctiva, el cese definitivo e inmediato de la difusión de la publicidad infractora en tanto se dé a entender a los consumidores que, una vez asignados los conductores a través de su aplicativo, toma un menor tiempo en el recojo de los usuarios que su competencia, y ello no sea cierto; (iii) ordenar la inscripción de Beat en el Registro de Infractores creado por la Comisión; y, (iv) ordenar a Beat el cumplimiento de lo dispuesto en su pronunciamiento en un plazo no mayor de 3 (tres) días hábiles desde que quede consentido y/o sea confirmado por la segunda instancia<sup>6</sup>.

7. La Comisión sustentó su decisión en los siguientes fundamentos:

- (i) De un análisis superficial e integral de la publicidad, se observa que todos los elementos que la integran dan a entender a los consumidores que, una vez asignados los conductores a través de su aplicativo, tomaría un menor tiempo en el recojo de los usuarios que otros aplicativos.
- (ii) Pese a que Beat ha alegado que el mensaje se limita a indicar que “Beat llega a tiempo”, lo cierto es que por la forma como se ha presentado la publicidad<sup>7</sup>, el mensaje que en realidad se transmite es que llegaría más rápido a recoger a los usuarios que su competencia.
- (iii) De la revisión de los medios probatorios obrantes en el expediente, estos no permiten acreditar la veracidad de la afirmación publicitaria difundida, por lo que se advierte la inducción a error a los consumidores y la configuración de los actos de engaño.

8. El 3 de junio de 2021, Beat apeló la Resolución 077-2021/CCD-INDECOPI señalando lo siguiente:

- (i) La Comisión incurre en un primer error de análisis de la conducta infractora cuando analiza la publicidad como si la infracción consistiera en un acto de comparación indebida, bajo la premisa de que Beat estaría presentando su oferta propia como una mejor opción frente a la de sus competidores, pese a que la imputación consiste en una infracción por la presunta comisión de actos de engaño. Incluso, cuando analiza la conducta como un acto de comparación indebida, la primera instancia omite evaluar los elementos para la configuración de dicha conducta.

<sup>6</sup> Asimismo, la Comisión denegó los pedidos accesorios formulados por el señor Castro señalados en la nota al pie 3 de la presente resolución.

<sup>7</sup> La Comisión refiere que en la publicidad en cuestión se muestra la imagen de un celular en cuya pantalla se consigna la palabra “otros” con la imagen de un vehículo y, a su vez, se muestra un incremento de tiempo junto a un emoji que expresa tristeza y enojo.

- (ii) Un segundo error de análisis en el que incurre la Comisión es cuando interpreta el anuncio de manera forzada compleja y alambicada y no de manera integral y superficial como establece la norma. La primera instancia ha omitido evaluar adecuadamente la parte captatoria del anuncio que indica con claridad “CON BEAT, ESTARÁ AHÍ A TIEMPO” y “*Tu Beat llega a tiempo*”. Las citadas frases permiten concluir que el mensaje difundido por Beat es que el conductor llega dentro del tiempo que se indica al pasajero, es decir, sin demoras y no que estará en menos tiempo que la competencia.
  - (iii) Este atributo de recoger al pasajero dentro del tiempo indicado se debe al uso de la tecnología *AutoDispatch*, la cual -tal como señaló en sus descargos- cuenta con funcionalidades y características propias que permiten localizar al conductor más cercano al pasajero y, de ese modo, determinar el tiempo exacto de su llegada. El funcionamiento de este sistema está descrito en el documento técnico que adjunta a su apelación, respecto del cual solicita que se declare su confidencialidad.
  - (iv) Finalmente, solicitó que se otorgue a sus representantes el uso de la palabra.
9. El 4 de enero de 2022, Beat presentó un escrito reiterando su solicitud de realización de informe oral.
10. El 27 de enero de 2022 se llevó a cabo una audiencia de informe oral ante la Sala Especializada en Defensa de la Competencia (en adelante la Sala) con la participación de los representantes de Beat<sup>8</sup>. En dicha audiencia, la imputada reiteró los argumentos esgrimidos a lo largo del procedimiento.

## II. CUESTIONES EN DISCUSIÓN

11. De los antecedentes antes expuestos, corresponde a la Sala determinar lo siguiente:
- (i) si corresponde declarar la confidencialidad de la información presentada por Beat en su recurso de apelación del 3 de junio de 2021;
  - (ii) si Beat incurrió en la comisión de actos de competencia desleal en la modalidad de engaño; y,
  - (iii) de ser el caso, si corresponde confirmar la sanción de multa, la medida correctiva, el mandato de inscripción en el Registro de Infractores y el

<sup>8</sup> Asimismo, el señor Castro y/o sus representantes no asistieron a la audiencia a pesar de estar debidamente notificados.



cumplimiento de lo resuelto dentro del plazo de 3 (tres) días hábiles, impuestas por la primera instancia.

### III. ANÁLISIS DE LAS CUESTIONES EN DISCUSIÓN

#### III.1. Sobre la declaración de confidencialidad de la información presentada por Beat

12. El artículo 40.1 del Decreto Legislativo 1044<sup>9</sup> establece que se declarará la reserva de aquella información que tenga carácter confidencial, ya sea que se trate de un secreto empresarial, información que afecte la intimidad personal o familiar y cuya divulgación podría perjudicar a su titular y, en general, la prevista en la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública.
13. Al respecto, la Directiva 001-2008/TRI-INDECOPI, Directiva sobre confidencialidad de la información en los procedimientos seguidos por los Órganos Funcionales del Indecopi (en adelante, la Directiva) dispone en su artículo 2.1 que podrá declararse confidencial aquella información presentada por las partes cuya divulgación implique una afectación significativa para el titular de la misma o un tercero de quien el aportante la hubiere recibido, u otorgue una ventaja significativa para un competidor del aportante de la información, entre la que se encuentra, por ejemplo, la información referida a secretos comerciales o industriales<sup>10</sup>.

<sup>9</sup> **DECRETO LEGISLATIVO 1044. LEY DE REPRESIÓN DE LA COMPETENCIA DESLEAL**

**Artículo 40.- Información confidencial.-**

40.1 A solicitud de parte o tercero con interés legítimo, incluyendo a una entidad pública, la Comisión declarará la reserva de aquella información que tenga carácter confidencial, ya sea que se trate de un secreto empresarial, información que afecte la intimidad personal o familiar, aquella cuya divulgación podría perjudicar a su titular y, en general, la prevista como tal en la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública.  
(...)

<sup>10</sup> **DIRECTIVA 001-2008-TRI-INDECOPI. DIRECTIVA SOBRE CONFIDENCIALIDAD DE LA INFORMACIÓN EN LOS PROCEDIMIENTOS SEGUIDOS POR LOS ÓRGANOS FUNCIONALES DEL INDECOPI**

**Artículo 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 comercial:** aquella información cuya importancia para el desarrollo de la actividad empresarial obliga a las empresas a mantenerla fuera del alcance de terceros ajenos a la empresa.

**Secreto industrial:** conocimiento tecnológico referido a procedimientos de fabricación o producción en general, o el conocimiento vinculado al empleo y aplicación de técnicas industriales, que permitan obtener o mantener una ventaja competitiva o económica frente a terceros;

**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;

14. Como se aprecia, un primer supuesto de información que puede ser declarada como confidencial es la referida a secretos comerciales, esto es, información cuya importancia para el desarrollo de la actividad empresarial obliga a las empresas a mantenerla fuera del alcance de los terceros ajenos a ella.
15. El numeral 40.2 del artículo 40 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal<sup>11</sup> precisa que la solicitud de confidencialidad de un secreto comercial, industrial, tecnológico o, en general, empresarial será concedida siempre que se cumpla con los siguientes requisitos:
  - (i) 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.
16. En el presente caso, junto a su recurso de apelación del 3 de junio de 2021, Beat solicitó que se declare la confidencialidad de un documento técnico sobre la tecnología “AutoDispatch”, justificando su pedido en que esta información posee un alto valor comercial para su empresa y, por ende, su eventual divulgación podría perjudicar sus intereses.
17. Al respecto, la Sala observa que la información presentada por Beat respecto de la cual solicita su confidencialidad:
  - (i) se trata de un conocimiento de carácter reservado, puesto que consiste en una explicación técnica sobre la tecnología “AutoDispatch”, herramienta empleada por Beat para mejorar el funcionamiento de su plataforma.
  - (ii) Beat manifestó de forma expresa su interés en mantener dicha información

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.

La información de un secreto empresarial podrá estar referida a la naturaleza, características o finalidades de los productos; a los métodos o procesos de producción; o, a los medios o formas de distribución o comercialización de productos o prestación de servicios.

<sup>11</sup> **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.

(...)



en reserva, justificando su pedido en que esta información posee alto valor comercial y su divulgación podría perjudicar sus intereses comerciales; y,

- (iii) contiene aspectos sensibles sobre las características del servicio que presta Beat en el mercado, así como detalles sobre la interacción de los usuarios en su plataforma.

18. Por tanto, teniendo en cuenta el contenido de la información presentada y el esfuerzo desplegado por Beat en la obtención de aquella, la Sala considera que, si esta es revelada, podría otorgar una ventaja competitiva a otros agentes en el mercado que prestan servicios o están interesados en prestar un servicio similar al de Beat.
19. En consecuencia, dada la naturaleza de la información presentada, se puede advertir que esta califica como secreto empresarial, en los términos establecidos en el artículo 40 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal. Por tanto, esta Sala considera que corresponde que se declare su confidencialidad.

### III.2. Sobre los actos de engaño

#### III.2.1. Marco normativo

20. El numeral 8.1 del artículo 8 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal, establece que los actos de engaño son aquellos a través de los cuales los agentes inducen a error a otros participantes del mercado, sobre la naturaleza, características, calidad, cantidad y, en general, sobre los atributos o beneficios que presentan sus bienes o servicios<sup>12</sup>.
21. En tal sentido, toda información objetiva y comprobable contenida en las piezas publicitarias debe ajustarse a la realidad, evitando que se desvíen indebidamente las preferencias de los destinatarios de los anuncios, como consecuencia de las falsas expectativas que podrían generarse respecto a las condiciones del producto o servicio.
22. Al respecto, el artículo 8.3 de la ley antes mencionada dispone que la carga de acreditar la veracidad de las afirmaciones objetivas sobre los bienes o servicios anunciados corresponde a quien las haya difundido como anunciante. En tal sentido, este último deberá contar con las pruebas que acrediten la veracidad de sus afirmaciones objetivas con anterioridad a la difusión de la publicidad, conforme al deber de sustanciación previa recogido en el artículo 8.4 del mismo cuerpo normativo<sup>13</sup>.

---

<sup>12</sup> Ver nota al pie 1.

<sup>13</sup> **DECRETO LEGISLATIVO 1044. LEY DE REPRESIÓN DE LA COMPETENCIA DESLEAL**

23. Por otra parte, el artículo 21 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal<sup>14</sup> 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, en su condición de destinatario e intérprete de la publicidad, el consumidor define bajo sus propios parámetros el mensaje publicitario a partir de un examen superficial del mismo, sin efectuar una evaluación detenida de la publicidad, sino bajo una lectura sencilla y propia de un entendimiento usual. Asimismo, también resulta importante considerar el contexto del segmento del mercado vinculado al producto o servicio anunciado, a efectos de tener una mejor aproximación a lo que los consumidores entienden de manera natural.
24. Sobre la base de las premisas antes expuestas, y conforme lo ha establecido la Sala en anteriores pronunciamientos<sup>15</sup>, la metodología para evaluar si determinada información contenida en los anuncios publicitarios infringe el principio de veracidad o no, consta de los siguientes pasos:
- (i) **Delimitación del mensaje:** se debe establecer, a partir de una apreciación integral y superficial del contenido publicitario, en qué consiste el mensaje que reciben los destinatarios; y,
  - (ii) **Verificación de la veracidad del mensaje:** una vez delimitado dicho mensaje, la autoridad constatará si el imputado cuenta con medios de prueba constituidos con anterioridad al inicio de difusión del anuncio bajo análisis, en aplicación del deber de sustanciación previa recogido en el artículo 8.4 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal y, de ser el caso, determinará si -en efecto- tales elementos prueban la veracidad de lo transmitido.

### III.2.2. Aplicación al caso concreto

25. Mediante la Resolución 077-2021/CCD-INDECOPI, la Comisión declaró

---

#### Artículo 8.- Actos de engaño

(...)

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

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

<sup>14</sup> **DECRETO LEGISLATIVO 1044. LEY DE REPRESIÓN DE LA COMPETENCIA DESLEAL**

#### Artículo 21.- Interpretación de la publicidad

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

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

<sup>15</sup> Al respecto, ver las Resoluciones 0645-2015/SDC-INDECOPI del 3 de diciembre de 2015, 0065-2016/SDC-INDECOPI del 4 de febrero de 2016, 0641-2017/SDC-INDECOPI del 13 de noviembre de 2017 y 0223-2018/SDC-INDECOPI del 11 de octubre de 2018.

fundada la denuncia interpuesta por el señor Castro contra Beat debido a la difusión de publicidad consignando lo siguiente: “¿El conductor demora mucho?” y “con Beat estará ahí a tiempo”. A criterio de la Comisión, todos los elementos que integran la publicidad difundida conllevarían a los consumidores a entender que, una vez asignados los conductores a través del aplicativo de Beat, tomaría un menor tiempo en el recojo de los usuarios que otros aplicativos, pese a lo cual, la imputada no acreditó la veracidad de tal mensaje.

26. En su recurso de apelación, Beat ha señalado que la interpretación realizada por la Comisión resulta forzada, pues la parte captatoria de la publicidad consigna con claridad las frases “CON BEAT, ESTARÁ AHÍ A TIEMPO” y “Tu Beat llega a tiempo”. La recurrente indicó que dichas frases permiten concluir que el mensaje difundido por Beat es que el conductor llega dentro del tiempo que se le informa al pasajero, es decir, sin demoras, y no que llegará a recoger al pasajero en menos tiempo que la competencia, tal como señaló la Comisión.
27. Al respecto, en la Resolución s/n del 15 de diciembre de 2020, que inició el presente procedimiento, se observa que la Secretaría Técnica de la Comisión imputó a Beat la siguiente presunta conducta infractora:

**RESOLUCIÓN S/N DEL 15 DE DICIEMBRE DE 2020**

**“HA RESUELTO:**

**PRIMERO: ADMITIR** a trámite la denuncia presentada por el señor Erik Castro Vial el 2 de noviembre de 2020; y, en consecuencia, conforme a los hechos y fundamentos jurídicos indicados en la presente resolución, **IMPUTAR** a Beat Perú S.A. los siguientes cargos:

1. La presunta comisión de actos de competencia desleal en la modalidad de engaño, supuesto establecido en el artículo 8 del Decreto Legislativo N° 1044 – Ley de Represión de la Competencia Desleal, debido a que Beat habría difundido publicidad con las afirmaciones: “¿el conductor demora mucho?” y “con Beat estará ahí a tiempo”, las cuales darían a entender a los consumidores que, una vez asignados los conductores a través de su aplicativo, tomaría un menor tiempo en el recojo de los usuarios que su competencia; no obstante, ello no sería cierto.

(...)

(Subrayado agregado)

28. Del texto citado se observa que el presunto mensaje engañoso imputado por la Secretaría Técnica de la Comisión está referido a que, a través de la publicidad objeto de cuestionamiento, Beat estaría transmitiendo que los conductores que usan su aplicativo recogerían a los pasajeros en un menor tiempo que los conductores que usan otros aplicativos, es decir, que llegarán a recoger a los pasajeros en un menor tiempo que la competencia.
29. Al respecto, de un análisis superficial e integral de la publicidad imputada -la cual se encuentra ilustrada en el numeral 1 de la presente resolución- se puede apreciar lo siguiente:

- (i) Con relación al anuncio en formato GIF:
- al inicio del GIF, sobre un fondo blanco, aparece el logo de Beat;
  - luego, se aprecia la frase “¿EL CONDUCTOR DEMORA MUCHO?”. Debajo de esta frase consta una imagen que representaría un smartphone cuya pantalla muestra, sobre un fondo naranja, la expresión “OTROS” colocada encima de la silueta de un auto y, debajo de esta silueta, aparece en orden sucesivo el cómputo de minutos con las siguientes frases: “Llega en 4 min”, “Llega en 5 min” y “Llega en 6 min”, acompañada de un emoji frunciendo el entrecejo y con expresión de enojo;
  - posteriormente, aparece la frase “CON BEAT ESTARÁ AHÍ A TIEMPO”. Debajo de dicha frase se aprecia la imagen de un smartphone cuya pantalla muestra, sobre un fondo blanco, la expresión “BEAT” junto a la silueta de un auto, seguida de la frase “Llega en 2 min” acompañada de un emoji sonriente con ojos en forma de corazón representando felicidad; y,
  - finalmente, aparece sobre un fondo color turquesa la frase “ELIGE BEAT”.
- (ii) Con relación al anuncio en formato de imagen, sobre un fondo turquesa se consigna en letras blancas y negras la frase “Tu Beat llega a tiempo”. Debajo de dicha frase aparece la figura de dos smartphones donde: (a) en uno de ellos se aprecia, sobre un fondo naranja, la expresión “OTROS” junto a la silueta de un auto y las frases que se difuminan gradualmente de arriba hacia abajo “Llega en 6 min”, “5 min” y “4 min”, acompañada de un emoji frunciendo el entrecejo y con expresión de enojo; y, (b) en el otro, sobre un fondo blanco, la frase “BEAT” junto a la silueta de un auto, seguida de la frase “Llega en 2 min” acompañada de un emoji sonriente con ojos en forma de corazón que representa felicidad.
30. Tal como se ha indicado, la Comisión consideró que estos anuncios publicitarios transmiten el mensaje a los consumidores de que, una vez asignados los conductores a través del aplicativo Beat, estos recogerían a los pasajeros en un menor tiempo que los conductores de otros aplicativos. La primera instancia concluyó que la imputada no había acreditado la veracidad de dicho mensaje, por lo que habría incurrido en actos de engaño.
31. Sin embargo, este Colegiado advierte que los anuncios publicitarios en cuestión transmiten el mensaje de que, a diferencia de otros aplicativos donde el tiempo de espera se podría ampliar (lo que generaría que los conductores recojan a los usuarios en un tiempo mayor al primigeniamente indicado), los conductores

que utilizan el aplicativo de Beat sí llegarían a recoger a los usuarios dentro del tiempo informado.

32. Aunado a ello, tal como se ha señalado en el numeral 23 de la presente resolución, debe recordarse que -en su condición de destinatario e intérprete de la publicidad- es el consumidor quien percibe el mensaje publicitario bajo sus propios parámetros, considerando el contexto del mercado correspondiente al producto o servicio anunciado, en el cual dicho consumidor se desenvuelve o interactúa.
33. En el caso de las plataformas de intermediación de servicios de movilidad particular de pasajeros<sup>16</sup>, es importante señalar que -considerando la propia funcionalidad de estos servicios- los consumidores suelen tener cierto grado de familiaridad con el uso de aplicaciones o medios tecnológicos digitales<sup>17</sup>. Así, en estos casos el usuario suele tener conocimiento de que usualmente: (i) se muestra la tarifa a pagar por el servicio<sup>18</sup>; (ii) puede elegir el medio de pago<sup>19</sup>; (iii) se informan los datos sobre el conductor<sup>20</sup>; así como, (iv) existen tiempos de espera para que el conductor llegue al punto de recojo del pasajero, entre otros<sup>21</sup>.
34. Teniendo en cuenta dichos aspectos descritos en el párrafo anterior, se infiere que dichos consumidores naturalmente asumirán sobre las frases e imágenes consignadas en la publicidad<sup>22</sup> que el conductor asignado a través de la aplicación Beat llegará dentro del tiempo propuesto al usuario en tal plataforma, a diferencia de los conductores asignados a través de otras aplicaciones que prestan el mismo servicio que no contaría con dicha característica<sup>23</sup>.
35. En atención de lo detallado previamente, teniendo en cuenta el análisis superficial e integral de los anuncios examinados, así como el contexto del mercado del servicio prestado por Beat, este Colegiado concluye que la publicidad no contiene el mensaje engañoso imputado.
36. Es decir, no se advierte que el mensaje transmitido a los consumidores a través

<sup>16</sup> A través de aplicaciones como Beat, Uber, Cabify, Didi, entre otras.

<sup>17</sup> Máxime si se tiene en consideración que la publicidad en cuestión ha sido difundida a través de redes sociales.

<sup>18</sup> Que puede ser fija o variable.

<sup>19</sup> Efectivo o tarjeta.

<sup>20</sup> Nombre, calificación por el servicio.

<sup>21</sup> Al respecto, para mayor detalle ver la Guía Interactiva "Checa tu taxi" publicada por el Indecopi. Disponible en: <https://www.indecopi.gob.pe/documents/20182/3011665/Checa+tu+taxi.pdf/bc25682e-2b80-a673-0988-c6ded63ee365>, visitada el 16 de febrero de 2022.

<sup>22</sup> Especialmente a través de la representación del tiempo inmutable de 2 minutos.

<sup>23</sup> Principalmente cuando se muestra que el cómputo del tiempo que se le informaría al usuario cambia de 4 a 6 minutos.



de los anuncios en cuestión sea que, una vez asignados los conductores a través del aplicativo de Beat, estos recogerían a los usuarios en un menor tiempo que los conductores de otros aplicativos; sino que los conductores que utilizan el aplicativo de Beat llegan a recoger al usuario dentro del tiempo que la aplicación le informa.

37. Conforme a lo expuesto, al no evidenciarse que los anuncios objeto de cuestionamiento hayan transmitido el mensaje en los términos imputados por la Secretaría Técnica de la Comisión, esta Sala considera que no se ha configurado el referido acto de engaño.
38. Por tanto, corresponde revocar la Resolución 077-2021/CCD-INDECOPI que halló responsable a Beat por la presunta comisión de actos de engaño y, reformándola, se declara infundada la imputación formulada en su contra.
39. En consecuencia, también quedan sin efecto la multa y la medida correctiva impuestas, así como la orden de inscripción en el Registro de Infractores creado por la Comisión y el mandato de cumplimiento de lo resuelto en dicha resolución dentro del plazo de 3 (tres) días hábiles luego de que quede consentida o sea confirmada por la Sala, impuestos por la primera instancia.
40. Finalmente, teniendo en cuenta lo resuelto, este Colegiado considera que carece de objeto evaluar los demás argumentos expuestos por Beat en su recurso de apelación.

#### IV. RESOLUCIÓN DE LA SALA

**PRIMERO:** declarar la confidencialidad de la información presentada Beat Perú S.A. el 3 de junio de 2021 correspondiente al documento técnico sobre la tecnología "AutoDispatch".

**SEGUNDO:** revocar la Resolución 077-2021/CCD-INDECOPI del 4 de mayo de 2021 que declaró fundada la denuncia interpuesta por el señor Erik Castro Vial contra Beat Perú S.A. por la comisión de actos de competencia desleal en la modalidad de engaño, supuesto tipificado en el artículo 8 del Decreto Legislativo 1044 – Ley de Represión de la Competencia Desleal, por la difusión de publicidad consignando las siguientes frases: "*¿El conductor demora mucho?*" y "*Con Beat estará ahí a tiempo*" y, reformándola, se declara infundada la mencionada imputación.

**TERCERO:** dejar sin efecto la multa, la medida correctiva, el mandato de inscripción en el Registro de Infractores creado por la Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal, así como el mandato de cumplimiento de lo resuelto en la Resolución 077-2021/CCD-INDECOPI del 4 de mayo de 2021 dentro del plazo de 3





PERÚ

Presidencia  
del Consejo de Ministros

INDECOPI

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



RESOLUCIÓN 0026-2022/SDC-INDECOPI

EXPEDIENTE 0215-2020/CCD

(tres) días hábiles luego de que quede consentida o sea confirmada por la segunda instancia.

**Con la intervención de los señores vocales Silvia Lorena Hooker Ortega, Ana Rosa Cristina Martinelli Montoya, José Francisco Martín Perla Anaya y Oswaldo Hundskopf Exebio.**



Firmado digitalmente por HOOKER  
ORTEGA Silvia Lorena FAU  
20133840533 soft  
Motivo: Soy el autor del documento  
Fecha: 03.03.2022 13:22:37 -05:00

**SILVIA LORENA HOOKER ORTEGA**  
**Vicepresidenta**