



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI



Resolución

(Versión Pública)

Nº 054-2023/CCD-INDECOPI

Lima, 2 de mayo de 2023.

EXPEDIENTE Nº 348-2020/CCD

DENUNCIANTES : INSTITUTO DEL DERECHO ORDENADOR DEL
MERCADO - IDOM
(IDOM)
ASOCIACIÓN NOUVELLE DÉFENSE
(NOUVELLE DÉFENSE)

IMPUTADA : TIENDAS ISHOP DEL PERÚ S.A.C.¹
(ISHOP)

MATERIAS : PUBLICIDAD COMERCIAL
ACTOS DE ENGAÑO
GRADUACIÓN DE LA SANCIÓN

ACTIVIDAD : TELECOMUNICACIONES

SUMILLA: Se declara **IMPROCEDENTE** el recurso de apelación presentado por Tiendas Ishop del Perú S.A.C. en contra de la Resolución de fecha 26 de octubre de 2021.

Asimismo, se declara FUNDADA EN PARTE la denuncia presentada por Idom y Nouvelle Défense en contra de Ishop por la 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.

En consecuencia, se SANCIONA a Ishop con una multa de ciento once (111) Unidades Impositivas Tributarias y se ORDENA su inscripción en el Registro de Infractores creado por la Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal.

A su vez, se ORDENA a Ishop, en calidad de medida correctiva, el CESE DEFINITIVO e INMEDIATO de la difusión del anuncio infractor, en tanto informe que los equipos celulares iPhone 11 Pro y 11 Pro Max son resistentes al agua y pueden permanecer hasta media hora bajo el agua a una profundidad máxima de cuatro (4) metros, pudiendo ser expuestos al agua en cualquier condición; y, ello no sea cierto.

1. ANTECEDENTES

Con fecha 30 de diciembre de 2020, Idom y Nouvelle Défense denunciaron a Ishop, Apple Inc. (en adelante, Apple), Entel Perú S.A. (en adelante, Entel) y América Móvil Perú S.A.C. (en adelante, América Móvil) por la presunta infracción a la cláusula general y la presunta comisión de actos de competencia desleal en la modalidad de engaño, supuestos establecidos en los artículos 6 y 8, respectivamente, del Decreto Legislativo N° 1044 (en adelante, Ley de Represión de la Competencia Desleal).

¹ Registro Único de Contribuyentes: 20600739477.

De acuerdo con las denunciadas, Ishop, Apple, Entel y América Móvil vendrían difundiendo publicidad engañosa, a través de sus respectivos sitios *web*, induciendo a error a los consumidores al adquirir los equipos celulares *iPhone*. Ello dado que, según los términos de la denuncia, dichas empresas vendrían informando a los consumidores que los equipos celulares *iPhone* serían resistentes al agua, omitiendo que dicha característica de impermeabilidad se daría bajo ciertas condiciones (aguas puras y estáticas) y no en condiciones normales de utilización como aguas corrientes o sucias que sí podrían perjudicar los dispositivos. Por tal motivo, solicitaron que Ishop, Apple, Entel y América Móvil acreditaran la veracidad y exactitud de las afirmaciones señaladas en la publicidad referida a que los modelos de *iPhone*: 8, 8 Plus, XR, XS, XS Max, 11, 11 Pro y 11 Pro Max podrían permanecer bajo el agua a una profundidad entre uno a cuatro (1-4) metros, hasta por media hora.

Por dichas consideraciones, las denunciadas solicitaron, en calidad de medidas correctivas, las siguientes: (i) las imputadas adopten las medidas necesarias para mitigar o reducir los efectos negativos de la omisión de las condiciones cuestionadas; (ii) las imputadas cumplan con el cambio de equipos o rescaramiento a aquellos consumidores que hubieran sido afectados por el engaño inducido a través de su publicidad; y, (iii) las imputadas hagan público, a través de sus sitios *web* y redes sociales, que la publicidad cuestionada ha sido engañosa y especifiquen cuales serían las condiciones reales para que los equipos sean sumergidos al agua. Asimismo, las denunciadas solicitaron que: (i) se multe a las imputadas por las infracciones advertidas; (ii) se ordene el pago de costas y costos en que se incurriera; y, (iii) se otorgue a las denunciadas el porcentaje respectivo de la multa como asociaciones de consumidores denunciadas, en virtud del Convenio de Cooperación Interinstitucional vigente suscrito con el Indecopi.

En virtud de lo anterior, mediante Proveídos N° 1 y N° 2 de fechas 14 y 19 de enero de 2021, respectivamente, la Secretaría Técnica de la Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal (en adelante, la Secretaría Técnica) requirió a las denunciadas para que cumplan con presentar los tres comprobantes de pago restantes por concepto de denuncia ante la Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal (en adelante, la Comisión). Ante ello, las denunciadas cumplieron con el pago respectivo con fecha 19 de enero de 2021.

En ese sentido, mediante Resolución de fecha 28 de enero de 2021, la Secretaría Técnica ordenó la separación de las denuncias presentadas por Idom y Nouvelle Défense en contra de Ishop, Apple, Entel y América Móvil, presentadas mediante escrito de fecha 30 de diciembre de 2020, a fin de que sean tramitadas de la siguiente manera: (i) la denuncia en contra de Ishop, tramitada bajo el Expediente N° 348-2020/CCD; (ii) la denuncia en contra de Apple, tramitada bajo el Expediente N° 003-2021/CCD; (iii) la denuncia en contra de Entel, tramitada bajo el Expediente N° 004-2021/CCD; y, (iv) la denuncia en contra de América Móvil, tramitada bajo el Expediente N° 005-2021/CCD.

Posteriormente, con fecha 3 de febrero de 2021, la Secretaría Técnica realizó una visita inspectiva al sitio *web* de Ishop, con la finalidad de recabar las piezas publicitarias señaladas por las denunciadas y otras similares, a efectos de verificar la información difundida respecto de los equipos móviles cuestionados.

En atención a ello, mediante Resolución de fecha 8 de febrero de 2021, la Secretaría Técnica admitió a trámite la denuncia presentada por Idom y Nouvelle Défense; y, en consecuencia, conforme a los hechos y fundamentos jurídicos imputó a Ishop la presunta comisión de actos de competencia desleal en la modalidad de engaño, supuesto establecido en el artículo 8 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal, debido a que vendría informando en su sitio *web* que los equipos celulares *iPhone*: 8, 8 Plus, XR, XS, XS Max, 11, 11 Pro y 11 Pro Max, serían resistentes al agua y podrían permanecer hasta por media hora bajo el agua a una profundidad entre uno a cuatro (1-4) metros; sin especificar de manera clara que dichas características se darían bajo determinadas condiciones (aguas puras y estáticas); lo que induciría a error a los consumidores, en la medida que no se les brindaría la referida información que sería relevante para hacer un uso adecuado de los equipos.

En su defensa, con fecha 15 de abril de 2021, Ishop presentó su escrito señalando, en primer lugar, que la Comisión debería solicitar a la Comisión de Protección al Consumidor N° 2 (en adelante, CC2) que decline su competencia sobre hechos contenidos en la presente controversia. En este punto, Ishop manifestó que la CC2 admitió a trámite la denuncia presentada también por Idom en contra de Ishop, por los mismos hechos; sin embargo, la única autoridad encargada de verificar el cumplimiento de las normas que regulan la publicidad sería este órgano resolutorio.

En segundo lugar, Ishop solicitó que se declare la improcedencia de la denuncia respecto de las afirmaciones cuestionadas sobre los siguientes equipos celulares: *iPhone* 8, 8 Plus, XS y XS Max en la medida que en el expediente no obraría medio probatorio que acredite que su empresa habría realizado alguna afirmación respecto de la resistencia al agua de dichos equipos.

Sobre los presuntos actos de engaño, la imputada precisó que los productos cuya publicidad sería materia de controversia serían los modelos de *iPhone* XR, 11, 11 Pro y 11 Pro Max. Por tanto, Ishop indicó que la demanda del *iPhone* estaría representada por consumidores que tendrían un conocimiento adecuado de sus principales características, funciones y uso, lo cual sería importante debido a que, al ser un producto cuyo valor sería elevado, el consumidor se informaría de manera previa y adecuada sobre las características y funciones del mismo. Según la imputada, la reputación e imagen de la marca "*Apple*" estaría relacionada a su calidad técnica superior, diseño y experiencia del consumidor, como consecuencia del control de primera calidad que esta empresa llevaría a cabo en sus dispositivos. En tal sentido, a decir de Ishop, la resistencia al agua de los equipos *iPhone* se probarían en cada uno de los dispositivos fabricado por *Apple INC.* (en adelante, *Apple*), los cuales serían posteriormente comercializados por su empresa.

De este modo, sobre la característica de la resistencia al agua, Ishop indicó que esta se comprobaría con las certificaciones IP67 e IP68, obtenidas por *Apple*, para cada uno de sus productos. En este punto, la imputada informó que los códigos "IP" tendrían como objetivo indicar el nivel de protección que proporcionaría la carcasa de un dispositivo contra la entrada de objetos externos sólidos y partículas peligrosas como polvo, agua u otros líquidos (café, té y/o refrescos). Dichos códigos "IP" serían medidas estándar establecidas por la Comisión Electrotécnica Internacional (en adelante, IEC)² y se asignarían a dispositivos electrónicos como resultados de prueba de laboratorio específicas. Al respecto, la imputada precisó que, en 1989, la IEC emitió la Norma IEC 60529, la cual establecería los criterios aplicados a la clasificación de grados de protección proveídos por los contenedores (o carcasas) que resguardarían los materiales electrónicos con un voltaje que no excede los 72,5 V.

En ese sentido, a decir de Ishop, de acuerdo con los estándares establecidos en la Norma IEC 60529³, el nivel de protección ante el polvo y el agua se clasificaría mediante el código IP67. La imputada expresó que, en virtud de la norma, para considerar que un producto sea consistente con los códigos IP68 e IP67, este debe demostrar que se probó con éxito, bajo condiciones de laboratorio estrictamente controladas, respectivamente, en un hasta "[1-2-4] metros" de agua por hasta 30 minutos.

Tomando en consideración ello, Ishop explicó que el primer dígito del código "IP" indicaría el nivel de protección que proporcionaría la carcasa de un dispositivo contra la entrada de objetos sólidos extraños, como polvo; y, el segundo dígito, indicaría el nivel de protección que proporcionaría la carcasa de un dispositivo contra el ingreso de líquidos. Con la finalidad de comprender lo señalado, la imputada adjuntó una copia de la Norma IEC 06529 y la NTP-IEC60529:2020.

Respecto de los equipos *iPhone* 11, 11 Pro y 11 Pro Max, Ishop acotó que los mismos contarían con la certificación IP68, lo que significaría que serían equipos completamente protegidos contra el

² La imputada manifestó que la IEC, de la cual Perú es miembro pleno, es una organización dedicada a la normalización en los campos electrónicos, eléctricos y tecnologías relacionadas.

³ Ishop informó que la Norma IEC 60529 habría sido homologada a través de la NTP -IEC60529:2020, denominada "Grados de protección proporcionados por las envolventes (Código IP)".

polvo (por su primer dígito “6”⁴) y contra los efectos de la inmersión al agua (por su segundo dígito “8”⁵). A mayor precisión, en palabras de la imputada, dicha certificación garantizaría que los equipos *iPhone* podrían sumergirse hasta por un tiempo de treinta (30) minutos y por una profundidad de hasta dos (2) metros (en el caso de *iPhone* 11) y hasta cuatro (4) metros (para el caso de los *iPhone* 11 Pro y 11 Pro Max). Considerando ello, el dispositivo será resistente al agua en caso ocurra un accidente cotidiano involuntario, como en el caso de todo equipo que tenga la característica “resistente al agua”, en contraposición con los equipos “impermeables al agua” y/o “a prueba de agua”.

Por tanto, Ishop manifestó que las características antes señaladas (resistencia al polvo y al agua) se encontrarían plenamente amparadas en la certificación IP68, emitida por la IEC, en base a lo establecido en la Norma IEC 60529. Para sustentar ello, la imputada adjuntó las páginas relevantes de la certificación IP68 de los modelos *iPhone* 11, 11 Pro y 11 Pro Max⁶.

De otro lado, según la imputada, en la página oficial de Apple se encontraría la sección denominada “Acerca de la resistencia del *iPhone* 7 y posteriores a las salpicaduras, el agua y el polvo”, sección en la cual se informarían las acciones que deberán evitarse para prevenir el daño por líquidos, tales como: nadar o ducharse con el *iPhone*, usar el *iPhone* en un sauna o sala de vapor, sumergir intencionalmente el *iPhone* en el agua, etc. Por ello, a decir de Ishop, las afirmaciones de las cuales se encontraría obligado a demostrar su veracidad, serían veraces y exactas, en tanto se encontrarían sustentadas en una certificación independiente e internacional, por lo que no se habría cometido acto de engaño alguno.

Respecto al *iPhone* XR, la imputada refirió que el mismo contaría con la certificación IP67, la cual significaría que se trataría de equipos completamente protegidos contra el polvo y contra la inmersión temporal. En este punto, señaló que, si bien en la certificación aparecería como A1984, A2105, A2106, A2107 y A2108, éstos corresponderían al equipo *iPhone* XR, el cual se encontraría certificado a través de la Certificación N° CA/21941/CSA. Asimismo, la imputada precisó que en el Reporte de Ensayos CB 156746-70188067 (70198582), se acreditaría que los equipos a los que hace referencia la Certificación N° CA/ 21941/CSA habrían sido aprobados con una Certificación IP67, por lo que, la afirmación de la cual se encontraría obligado a demostrar su veracidad, sería también veraz y estaría debidamente probada.

En cuanto a la presunta inducción a error de consumidores, Ishop precisó que, contrario a lo señalado por las denunciante, en ningún momento habría mencionado o publicitado una característica de impermeabilidad, en tanto el término que habría utilizado, que difiere considerablemente, sería “resistencia al agua”. A su vez, indicó que en la publicidad materia de denuncia se habría cumplido con informar que la resistencia publicitada correspondería a un estándar técnico que surgiría de pruebas en condiciones de laboratorio controladas, haciendo referencia a la certificación correspondiente y a la norma que las regularía.

Además de ello, la imputada sostuvo que habría replicado, a través de su publicidad, la información brindada por Apple, a través de su página *web* y/o anuncios publicitarios, debido a que este en su calidad de fabricante tendría la información correcta y adecuada respecto de las características de cada uno de sus productos. En particular, Ishop enfatizó que su empresa ni la fabricante habrían promovido una característica de impermeabilidad al agua ni sugerido la “posibilidad de sumergir, de manera voluntaria, los equipos *iPhone* XR, 11, 11 Pro y 11 Pro Max sin ningún problema”, sino que habrían hecho referencia a la característica de resistencia agua, la que estarían acreditadas por las certificaciones IP67 o IP68.

⁴ Ishop mencionó que, según la norma citada, al consignarse el código “IP6x” el dispositivo está completamente protegido contra el polvo.

⁵ Ishop mencionó que, según la norma citada, al consignarse el código “IPx8”, el dispositivo está protegido contra los efectos de la inmersión.

⁶ La imputada señaló que, si bien aparecerían como A2111, A2221, A2223, A2160, A2215, A2217, A2161, A2218 y A2220, estos corresponderían a los equipos *iPhone* 11, 11 Pro y 11 Pro Max, según el Certificado N° CA/23134/CSA.

En tal sentido, habiendo brindado toda la información relevante respecto de la característica de resistencia al agua de los equipos materia de denuncia, para la imputada no sería posible que un consumidor razonable asuma que estos serían impermeables al agua.

En relación con el significado propio de cada término, Ishop manifestó que, de acuerdo al Diccionario de Cambridge, los términos “a prueba de agua”, “impermeable” o “*waterproof*” significarían que no se dejaría traspasar el agua, es decir, que los equipos con dicha característica podrían ser sumergidos al agua sin inconvenientes, en tanto habrían sido diseñados para ello, tomando como ejemplo las cámaras utilizadas por buzos subacuáticos. En relación a los términos “resistente al agua” o “*wáter resistant*”, de acuerdo al Diccionario Collins, Ishop afirmó que estos significarían que no permitirían que el agua traspase fácilmente o que no sería fácilmente dañado por el agua, es decir, que los equipos con dicha característica no habrían sido diseñados para ser voluntariamente sumergidos en el agua, sino que habrían sido diseñados para resistir y evitar el ingreso del agua a sus componentes en caso el equipo tenga contacto con agua de manera accidental.

Por lo expuesto, para la imputada, no sería posible que, de los anuncios materia de imputación, un consumidor razonable entienda que la característica de resistencia al agua indique que los equipos puedan ser sumergidos voluntariamente en actividades como bucear o nadar, precisando que, contrariamente a lo señalado por las denunciantes, no obraría en el expediente algún medio probatorio que contenga una afirmación referida a la supuesta impermeabilidad de los equipos *iPhone XR*, 11, 11 Pro y 11 Pro Max.

Adicionalmente, Ishop enfatizó que no habría tenido la intención de confundir a sus consumidores respecto de la característica de resistencia al agua, en tanto las imágenes y mensajes contenidos en su publicidad solo representarían o se referirían a derrames accidentales de líquidos, gotas o eventos no deseados relacionados con líquidos similares, precisando que se trataría de un hecho objetivo que no admitiría discusión en contrario.

Por otro lado, la imputada indicó que la Comisión deberá tener presente el principio de indivisibilidad del anuncio, mediante el cual no sería posible separar de manera arbitraria la información que se encuentre dentro del mismo. Asimismo, reiteró que un consumidor razonable e informado, nunca se dejaría llevar por materiales promocionales que hagan creer que se podría bucear, nadar o tomar fotografías bajo el agua con un *iPhone*, en tanto los consumidores realizarían un análisis a las características de los equipos y conocerían la diferencia entre los términos señalados previamente.

Respecto de la presunta omisión a informar sobre la característica de impermeabilidad, la cual se daría bajo ciertas condiciones, Ishop aseveró que no existiría dicha necesidad, en tanto no se estaría publicitando una inmersión voluntaria, por ello, incluir dicha información sí podría inducir a error a los consumidores, respecto de la posibilidad de sumergir voluntariamente los equipos en aguas puras y estáticas, información que no buscarían difundir.

Posteriormente, mediante Resolución de fecha 26 de octubre de 2021, la Secretaría Técnica realizó una nueva de imputación de cargos en contra de Ishop, imputando la presunta comisión de actos de competencia desleal en la modalidad de engaño, supuesto establecido en el artículo 8 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal, debido a que vendría informando que los equipos celulares *iPhone*: 8, 8 Plus, XR, XS, XS Max, 11, 11 Pro y 11 Pro Max, serían resistentes al agua y podrían permanecer hasta por media hora bajo el agua a una profundidad entre uno a cuatro (1-4) metros; cuando ello no sería cierto.

Ante ello, la Comisión y la Secretaría Técnica consideraron pertinente requerir a la Oficina de Estudios Económicos del Indecopi (en adelante, OEE), que emita un informe técnico que determine el beneficio económico que pudo haber obtenido Ishop, por los hechos cuestionados. Por tal motivo, mediante Resolución N° 2 con fecha 3 de mayo de 2022, la Comisión resolvió suspender de oficio el presente procedimiento.

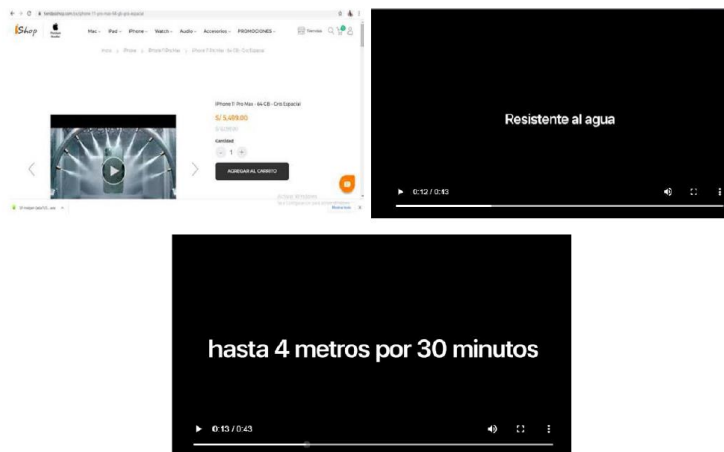
En virtud de lo anterior, con fecha 29 de diciembre de 2022, la OEE remitió el Informe N° 000165-2022-OEE/INDECOPI, en atención a la solicitud de la Secretaría Técnica. Por tanto, mediante Resolución N° 3 de fecha 17 de enero de 2023, la Comisión decidió levantar la suspensión del procedimiento, dispuesta mediante Resolución N° 2 de fecha 3 de mayo de 2022, continuando con la tramitación del expediente según su estado.

Posteriormente, con fecha 21 de febrero de 2023, la imputada presentó un escrito, reiterando sus argumentos expuestos a lo largo del procedimiento y, cuestionando el Informe elaborado por la OEE. Sobre el particular, Ishop indicó que: (i) la Secretaría Técnica no habría precisado a dicha oficina que varios de los referidos equipos materia de imputación no formarían parte del procedimiento; (ii) el referido informe no se basaría en ninguna evidencia que acreditara que las ventas de los equipos materia de denuncia provienen de las afirmaciones referidas a la resistencia al agua, difundidas a través de la página *web*; (iii) no se habría considerado que el incremento en sus ventas se encontrarían también influenciadas por el propio crecimiento de su representada; y, (iv) la Secretaría Técnica habría cometido una arbitrariedad al ampliar los alcances de la denuncia y al emitir una nueva imputación de cargos más general que no cuestionaría los alcances de lo informado, sino la resistencia al agua en sí de los equipos cuyas afirmaciones se habrían anunciado.

Aunado a ello, la imputada presentó un Informe de Análisis Económico elaborado por el señor Iván Alonso, el cual cuestionaría la metodología utilizada por la OEE para el cálculo del presunto beneficio ilícito.

2. IMÁGENES DEL VIDEO DIFUNDIDO EN EL SITIO *WEB* DE ISHOP

2.1. <https://tiendasishop.com/pe/landing-producto-iphone-11pro7>



3. CUESTIONES EN DISCUSIÓN

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

1. La solicitud de que se ordene a la CC2 que decline su competencia sobre los hechos contenidos en la presente controversia.
2. El cuestionamiento formulado por Ishop a la nueva imputación de cargos.
3. La presunta comisión de actos de competencia desleal en la modalidad de engaño.
4. La pertinencia de ordenar una medida correctiva.
5. La pertinencia de ordenar la publicación de un aviso rectificatorio.

⁷ En calidad de ejemplo, respecto *iPhone 11*. Ver https://drive.google.com/file/d/1w_nw_xJTvdNcPik27KdpRsn-jLzJJDT/view?usp=sharing

6. El pedido de costas y costos formulado por la denunciante.
7. La graduación de la sanción, de ser el caso.
8. La pertinencia de disponer que Idom y Nouvelle Défense participen de un porcentaje de la multa, de ser el caso.

4. ANÁLISIS DE LAS CUESTIONES EN DISCUSIÓN

4.1. La solicitud de que se ordene a la CC2 que decline su competencia sobre los hechos contenidos en la presente controversia.

En el presente caso, Ishop presentó su escrito señalando que este órgano colegiado debería solicitar a la CC2 que decline su competencia sobre hechos contenidos en la presente controversia. En este punto, Ishop manifestó que la CC2 admitió a trámite la denuncia presentada también por Idom en contra de Ishop, por los mismos hechos; sin embargo, la única autoridad encargada de verificar el cumplimiento de las normas que regulan la publicidad sería este órgano resolutorio.

Al respecto, de una revisión de las resoluciones emitidas por Sala Especializada en Protección al Consumidor⁸, esta Comisión observa que, con fecha 29 de marzo de 2023 dicha instancia declaró lo siguiente: “(...) **IMPROCEDENTE** por falta de competencia la denuncia interpuesta por el Instituto del Derecho Ordenador del Mercado -IDOM contra América Móvil Perú S.A.C., Entel Perú S.A. y Tiendas Ishop del Perú S.A.C., por presuntas infracciones de la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor. (...)”.

En ese sentido, en la medida que existe un pronunciamiento emitido por el órgano de protección al consumidor, declarando la improcedencia por no tener la competencia en la materia controvertida denunciada por Idom, carece de objeto atender la solicitud presentada por Ishop.

4.2. El cuestionamiento formulado por Ishop a la nueva imputación de cargos.

En el presente caso, Ishop presentó su escrito señalando que la Secretaría Técnica habría cometido una arbitrariedad al ampliar los alcances de la denuncia y al emitir una nueva imputación de cargos más general que no cuestionaría los alcances de lo informado, sino la resistencia al agua en sí de los equipos.

Al respecto, conforme a lo establecido por el artículo 86 del Texto Único Ordenado de la Ley N° 27444 - Ley del procedimiento Administrativo General, aprobado por el Decreto Supremo N° 004-2019-JUS, toda autoridad del Estado que advierta un error u omisión en el procedimiento deberá encausarlo de oficio o a pedido de parte. Asimismo, el artículo 156 del mismo cuerpo legal establece la facultad de la autoridad administrativa para aplicar la norma pertinente al caso concreto, aun cuando ésta no haya sido invocada o fuere errónea la cita legal.

En esa línea, de una revisión de los argumentos expuestos por Ishop, la Comisión observa que la imputada debió canalizar su pedido a través de un recurso de apelación en contra de la resolución de la nueva imputación de cargos emitida por la Secretaría Técnica, en la medida que ésta cuestionó la referida nueva imputación.

Por tanto, siendo deber de la administración encausar un procedimiento cuando advierta un error u omisión y aplicar la norma pertinente al caso concreto, esta Comisión considera que corresponde calificar el pedido de Ishop como un recurso de apelación contra la resolución de imputación de cargos.

⁸ La revisión se hizo a través de la plataforma “Buscador de Resoluciones del Indecopi” a través del siguiente link: <https://servicio.indecopi.gob.pe/buscadorResoluciones/>

Sobre el particular, debe tenerse en cuenta que el artículo 46 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal establece lo siguiente:

“Artículo 46º.- Recurso de apelación. -

- 46.1.- La resolución final de la Comisión es apelable por el imputado, por quien haya presentado la denuncia de parte y por los terceros con interés legítimo que se hayan apersonado al procedimiento, (...).
- 46.2.- Asimismo, son apelables, en el mismo plazo, los siguientes actos de la Secretaría Técnica o la Comisión, según corresponda:
- a) Los que determinen la imposibilidad de continuar un procedimiento; y,
 - b) Los que puedan producir indefensión o perjuicio irreparable a derechos o intereses legítimos.

(...)”

Asimismo, mediante Resolución N° 0345-2009/SC1-INDECOPI de fecha 26 de mayo de 2009, la Sala de Defensa de la Competencia N° 1 del Tribunal del INDECOPI (en adelante, la Sala) señaló lo siguiente:

“13. El Decreto Legislativo 1044 establece que son apelables ante la Sala aquellas Resoluciones que emita la Secretaría Técnica, que declaren la inadmisibilidad o improcedencia de una denuncia presentada por la presunta comisión de actos de competencia desleal, debido a que éstas determinan la conclusión de la instancia administrativa.

14. El referido dispositivo legal no prevé la posibilidad de recurrir las resoluciones de imputación de cargos o de inicio del procedimiento que admiten a trámite una denuncia, aun en el supuesto que el imputado alegue alguna supuesta causal de nulidad del referido acto como sustento para la interposición del recurso.

(...)

16. En este contexto, cabe señalar que los administrados pueden ejercer su derecho de defensa mediante la formulación de *argumentos de fondo* que versen sobre la materia controvertida objeto del procedimiento, es decir, si la conducta imputada infringe o no las normas que prohíben los actos de competencia desleal y/o *argumentos de forma* que estén dirigidos a cuestionar la actuación de la administración o de la parte contraria que signifique un vicio en el trámite del procedimiento (v.g. una imputación de cargos inadecuada o defectuosa, una notificación defectuosa, etc.)

(...)

19. Considerando lo expuesto, a juicio de esta Sala, no procede la interposición del recurso de apelación contra la Resolución recurrida, toda vez que los actos de imputación de cargos no son actos impugnables debido a que no causan indefensión (...).”

(Subrayado agregado)

Por dichas consideraciones, conforme a lo señalado en los párrafos precedentes y en la medida que, en realidad, Ishop ha presentado un recurso de apelación en contra de una resolución de imputación de cargos, corresponde declarar improcedente dicho recurso, debido a que la misma no constituye un acto impugnabile.

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

4.3.1. Criterios de interpretación de los anuncios.

El numeral 21.1 del artículo 21 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal dispone que la publicidad deba ser evaluada por la autoridad, teniendo en cuenta que es un instrumento para promover en el destinatario de su mensaje, de forma directa o indirecta, la contratación o el consumo de bienes y servicios. En esa línea, el numeral 21.2 del citado artículo prescribe que dicha evaluación se realiza sobre todo el contenido de un anuncio, incluyendo las palabras y los números, hablados y escritos, las presentaciones visuales, musicales y efectos sonoros, considerando que el destinatario de la publicidad realiza un análisis integral y superficial de cada anuncio publicitario que percibe. De otro lado, el referido precepto legal establece que, en el caso de campañas publicitarias, éstas son analizadas en su conjunto, considerando las particularidades de los anuncios que las conforman.

Al respecto, la Comisión ha señalado en diversos pronunciamientos que ello debe entenderse como que el consumidor no hace un análisis exhaustivo y profundo del anuncio⁹. Asimismo, en cuanto al análisis integral, la Comisión ha establecido que las expresiones publicitarias no deben ser interpretadas fuera del contexto en que se difunden, debiéndose tener en cuenta todo el contenido del anuncio, como las palabras habladas y escritas, los números, las presentaciones visuales, musicales y los efectos sonoros, ello debido a que el consumidor aprehende integralmente el mensaje publicitario.¹⁰

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

4.3.2. Normas y criterios aplicables

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

“Artículo 8º.- Actos de engaño. –

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

(...)

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

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

⁹ Expediente N° 098-95-CPCD, seguido por Coainsa Comercial S.A. contra Unión Agroquímica del Perú S.A., Expediente N° 132-95-CPCD, seguido por Consorcio de Alimentos Fabril Pacífico S.A. contra Lucchetti Perú S.A., entre otros, Expediente N° 051-2004/CCD, seguido por Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas S.A.C. contra Universidad del Pacífico, Expediente N° 074-2004/CCD, seguido por Sociedad Unificada Automotriz del Perú S.A. contra Estación de Servicios Forestales S.A. y Expediente N° 100-2004/CCD, seguido por Universal Gas S.R.L. contra Repsol YPF Comercial del Perú S.A.

¹⁰ Al respecto ver la Resolución N° 0086-1998/TDC-INDECOPI del 27 de marzo de 1998, emitida en el Expediente N° 070-97-CCD, seguido por Hotelequip S.A. contra Hogar S.A., la Resolución N° 013-2005/CCD-INDECOPI del 20 de enero de 2005, emitida en el Expediente N° 095-2004/CCD, seguido por Nestlé Perú S.A. contra Industrias Oro Verde S.A.C. y la Resolución N° 016-2005/CCD-INDECOPI del 24 de enero de 2005, emitida en el Expediente N° 097-2004/CCD, seguido por Intradevco Industrial S.A. contra Colgate-Palmolive Perú S.A.

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

De igual manera, de lo establecido por el referido artículo, se desprende que la Comisión tiene la labor de resguardar que las afirmaciones publicitarias sean sustentadas de manera previa por medios probatorios idóneos y pertinentes, que otorguen la seguridad de la veracidad de las afirmaciones publicitarias esgrimidas por el anunciante, a fin de que los consumidores no sean inducidos a error, dando por reales características que no sean ciertas.

Al respecto, la Sala Especializada en Defensa de la Competencia (en adelante, la Sala) ha destacado respecto del referido principio, lo siguiente:

“15. (...), existe un deber de comprobación por parte del anunciante que implica, para la difusión de un mensaje sobre las características objetivas o comprobables de un bien o servicio, que este deberá contar previamente con las pruebas que sustenten la veracidad de su afirmación. En otras palabras, existe un deber de sustanciación previa por parte del anunciante, en virtud del cual sólo podrían admitirse y valorarse aquellos medios probatorios producidos con anterioridad al inicio de la emisión de la publicidad.”¹¹

“27. (...), existe un deber de comprobación por parte del anunciante que implica que este deberá contar previamente con las pruebas que sustenten la veracidad de su afirmación. En otras palabras, existe un deber de sustanciación previa por parte del empresario que posiciona sus prestaciones, según el cual este debe contar con el sustento necesario de lo afirmado con anterioridad al momento en que el consumidor tiene la expectativa que se haga efectivo el mensaje transmitido en la publicidad.

28. Así, frente a aquellas afirmaciones que pueden ser comprobables desde el momento en que se difunde el anuncio publicitario, pues las características a las que se aluden en dichos anuncios ya están presentes en los productos o servicios promocionados, el deber de sustanciación de los anuncios publicitarios obliga a que todas las afirmaciones contenidas en la publicidad deban tener desde el inicio de la difusión al menos una base razonable que repose en pruebas o evidencias adecuadas, de manera que las alegaciones o afirmaciones que realice el proveedor en su publicidad se encuentren debidamente respaldadas.”¹²

En consecuencia, la Comisión debe determinar si la publicidad materia de imputación ha podido inducir a error a los consumidores. Para ello, habrá de considerarse cómo lo interpretaría un consumidor, a través de una evaluación superficial e integral del mensaje en conjunto, conforme a los criterios señalados en el numeral 4.2.1. precedente.

4.3.3. Aplicación al presente caso.

En el presente procedimiento, la Secretaría Técnica admitió a trámite la denuncia presentada por Idom y Nouvelle Defense e imputó a Ishop la presunta comisión de actos de competencia desleal en la modalidad de engaño, supuesto establecido en el artículo 8 de la Ley de Represión de la

¹¹ Ver Resolución N° 1028-2012/SC1-INDECOPI de fecha 25 de abril de 2012, emitida en el marco del procedimiento tramitado en el Expediente N° 059-2011/CCD seguido de oficio en contra de Perfect Life S.A.C.

¹² Ver Resolución N° 1084-2013/SDC-INDECOPI de fecha 4 de julio de 2013, emitida en el marco del procedimiento tramitado en el Expediente N° 022-2012/CCD seguido por la Asociación de Consumidores y Usuarios de Seguros - ACUSE en contra de Banco Interamericano de Finanzas.

Competencia Desleal, debido a que vendría informando que los equipos celulares *iPhone*: 8, 8 Plus, XR, XS, XS Max, 11, 11 Pro y 11 Pro Max, serían resistentes al agua y podrían permanecer hasta por media hora bajo el agua a una profundidad entre uno a cuatro (1-4) metros; cuando ello no sería cierto.

En su defensa, Ishop realizó las alegaciones referidas a los hechos materia de imputación, conforme han sido detallados en los antecedentes de la presente resolución, así como también las denunciaciones presentaron sus argumentos que sustentan y reafirman su denuncia.

En ese sentido, la Comisión considera pertinente analizar la imputación formulada por la Secretaría Técnica, en virtud de cada uno de los equipos cuestionados: *iPhone*: 8, 8 Plus, XR, XS, XS Max, 11, 11 Pro y 11 Pro Max.

- **Respecto de los equipos *iPhone* 8, 8 Plus, XS y XS Max**

Sobre los equipos *iPhone* 8, 8 Plus, XS y XS Max, la Comisión aprecia que Ishop indicó que en el procedimiento no existirían medios probatorios que acrediten que haya realizado alguna afirmación respecto de la resistencia al agua de dichos equipos.

Al respecto, el principio de presunción de licitud prevé que la autoridad debe presumir que los administrados han actuado apegados a sus deberes mientras no cuente con evidencia en contrario. Por tanto, a fin de establecer que un administrado es responsable de una conducta ilícita, es indispensable contar con pruebas que produzcan certeza de la realización de la infracción imputada. En caso contrario, no será posible determinar que actuó infringiendo el ordenamiento jurídico.

En este sentido, de una revisión de los medios probatorios presentados por las denunciaciones, así como de una evaluación de la inspección realizada por la Secretaría Técnica con fecha anterior a la imputación de cargos, la Comisión advierte que, si bien existe publicidad respecto a los equipos *iPhone* XR, 11, 11 Pro y 11 Pro Max, no se verifica publicidad alguna respecto a los equipos *iPhone* 8, 8 Plus, XS y XS Max que permita verificar las afirmaciones realizadas por Ishop respecto a los referidos productos.

Por dichas consideraciones, corresponde declarar infundada la denuncia presentada por Idom y Nouvelle Defense por la presunta comisión de actos de competencia desleal en la modalidad de engaño, supuesto establecido en el artículo 8 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal, respecto de los equipos *iPhone* 8, 8 Plus, XS y XS Max.

- **Respecto de los equipos *iPhone* XR y 11**

Conforme lo establece en el artículo 21 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal y en concordancia con lo señalado por este Colegiado en diversos pronunciamientos, la metodología para evaluar si determinada información contenida en un anuncio publicitario infringe el principio de veracidad o no, consta de los siguientes pasos: (i) se debe establecer a partir de una apreciación integral y superficial del anuncio publicitario, en qué consiste el contenido del mensaje que reciben los consumidores; y, (ii) una vez delimitado dicho mensaje, este debe ser corroborado con la realidad y, si existe alguna discordancia, podrá concluirse que el anuncio publicitario es falso o induce a error y, consecuentemente, infringe el principio de veracidad.

En la misma línea, mediante Resolución N° 0478-2011/SC1-INDECOPI de fecha 24 de febrero de 2011, se señaló respecto del análisis que se debe realizar a los anuncios lo siguiente:

“36. (...) lo expuesto evidencia que para extraer el mensaje publicitario de un anuncio, **la autoridad debe realizar un análisis superficial e integral de las piezas en cuestión –en función a las percepciones que sobre estas posea el público destinatario, descartando la interpretación que le otorga el propio anunciante–**, con especial

énfasis en la parte captatoria del anuncio; sin efectuar un análisis aislado del significado de cada una de las palabras o afirmaciones (interpretación gramatical), que soslaye los demás elementos y el contexto del anuncio publicitario; y, poniéndose en el lugar del consumidor sin dejarse influenciar por opiniones y percepciones personales.” (Resaltado añadido)

En ese sentido, previamente a analizar la imputación formulada, respecto a los equipos antes señalados, este Colegiado considera necesario verificar los anuncios de cada uno (*iPhone XR* y *11*):

PRODUCTO	PUBLICIDAD	AFIRMACIONES
<i>iPhone XR</i> ¹³	<p>Características del iPhone XR</p> <p>Resistente a las salpicaduras, al agua y al polvo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Clasificación IP67 (hasta 30 minutos a una profundidad máxima de 1 metro) según la norma IEC 60529* 	<p>“Resistente a las salpicaduras, al agua y al polvo Clasificación IP67 (hasta 30 minutos a una profundidad máxima de 1 metro) según la norma IEC 60529**”</p> <p>“*El iPhone XR es resistente a las salpicaduras, al agua y al polvo, y fue probado en condiciones de laboratorio controladas, con una clasificación IP67 según la norma IEC 60529 (hasta 30 minutos a una profundidad máxima de 1 metro). La resistencia a las salpicaduras al agua y al polvo no es condición permanente y podría disminuir como consecuencia del uso normal.”</p>
<i>iPhone 11</i> ¹⁴	<p>Resistente a las salpicaduras, al agua y al polvo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Clasificación IP68 (hasta 30 minutos a una profundidad máxima de 2 metros) según la norma IEC 60529* 	<p>“Resistente a las salpicaduras, al agua y al polvo Clasificación IP68 (hasta 30 minutos a una profundidad máxima de 2 metros) según la norma IEC 60529**”</p> <p>“*El iPhone 11 es resistente a las salpicaduras, al agua y al polvo, y fue probado en condiciones de laboratorio controladas, con una clasificación IP68 según la norma IEC 60529 (hasta 30 minutos a una profundidad máxima de 2 metros). La resistencia a las salpicaduras, al agua y al polvo no es una condición permanente y podría disminuir como consecuencia del uso normal.”</p>

Sobre el particular, luego de un análisis superficial e integral de cada uno de los anuncios antes mostrados, la Comisión advierte que Ishop trasladó a los consumidores como mensaje publicitario objetivo, que los equipos *iPhone XR* y *11* serían resistentes al agua hasta una cierta medida. Así, para el *iPhone XR* sería hasta treinta (30) minutos a una profundidad máxima de un (1) metro, en virtud de la Clasificación IP67, según la Norma IEC 60529; y, para el *iPhone 11* sería hasta treinta (30) minutos a una profundidad máxima de dos (2) metros, en virtud de la Clasificación IP68, según la Norma IEC 60529.

¹³ Ver en Acta de Inspección: *iPhone XR* – Enlace: <https://tiendasishop.com/pe/iphone-xr-64gb-blanco-mh6n3lz-a>

¹⁴ Ver en Acta de Inspección: *iPhone 11* – Enlace: <https://tiendasishop.com/pe/iphone-11-64-gb-negro-mhda3lz-a>

En efecto, de la revisión de las afirmaciones antes señaladas y el contexto en la que las mismas son transmitidas en los anuncios cuestionados, esta Comisión aprecia claramente que Ishop destaca como una de las características de sus equipos la resistencia al agua, según la Norma IEC 60529, considerando como única condición que dicha característica no sea permanente. Cabe señalar que, en el presente caso, no existen elementos en los anuncios que puedan generar en los consumidores la percepción de que los equipos sean resistentes al agua bajo cualquier condición o que estos sean impermeables. De acuerdo con el Diccionario de la Real Academia Española¹⁵, un objeto impermeable es aquel que es “impenetrable al agua o a otro fluido”; lo que no constituye un elemento destacado en los anuncios cuestionados.

En ese sentido, considerando que la afirmación anunciada en los anuncios materia de imputación está referida a la resistencia al agua, en virtud de la Norma IEC 60529, y no bajo cualquier condición, corresponde a la Comisión analizar la veracidad de dicho mensaje transmitido a los consumidores. Para ello, conforme al deber de sustanciación previa, establecido en el numeral 8.4 del artículo 8 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal, la imputada debe contar, previamente a la difusión de los anuncios cuestionados¹⁶, con los medios probatorios que sustenten la veracidad del mensaje imputado, en el caso en particular, si los equipos *iPhone XR* y *11* son resistentes al agua hasta las medidas anunciadas y que ello se encuentra avalado por la Clasificación IP67 e IP68, respectivamente, según la norma IEC 60529, conforme lo anunciado.

Al respecto, la Comisión observa que Ishop presentó, en calidad de medios probatorios, respecto al *iPhone XR*, lo siguiente:

- La Certificación N° CA/ 21941/CSA de fecha 19 de septiembre de 2018, el cual indica los modelos de equipos que se encuentran certificados y el número del Reporte de Ensayo CB 156746-70188067 de los mismos:

IECEE
CB SCHEME

SISTEMA IEC PARA RECONOCIMIENTO MUTUO DE CERTIFICADOS DE PRUEBA PARA EQUIPOS ELECTRICOS (IECEE)
CB SCHEME

CERTIFICADO DE PRUEBA CB

Producto: Iphone/Combinación Reproductor MP3 Portábil/GP/Reproductor de Video

Nombre y dirección del solicitante: Apple Inc.
One Apple Park Way, Cupertino, CA 95014, EE.UU.

Nombre y dirección del fabricante: Apple Inc.
One Apple Park Way, Cupertino, CA 95014, EE.UU.

Nombre y dirección de la fábrica: Futaba Industry (Shenzhen) Co., Ltd.
Building A3, 7-13, Foshan Qianli Technology Park B District, Da Shan Community, Qianli Street, Longhua, Shenzhen, China

Nota: Cuando sea más de una fábrica, por favor detallar en la página 2. Información adicional en la página 2

Rating y características principales: Entrada: 5Vdc, 1A o 5.2Vdc, 2.4A o 1.6A; 3A o 1.4Vdc; 2A o 0.7Vdc; 0.7A

Marca (o la hay):

Instalación de Puerta del Cliente (CTF) Etapa utilizada: CTF Etapa 3

Modelo / Ref. Tipo: A1907, A2091, A2098, A2100
A1984, A2105, A2106, A2107, A2108

Información adicional de ser necesario (en la página 2): Información adicional en la página 2

Adicionalmente evaluado a EN 60950-1:2006 / A11:2009 / A1:2010 / A12:2011 / Jun 2:2013, Diferencias nacionales especificadas en el informe de Prueba CB. Este certificado pertenece al CAC/IECEE/CA de fecha 27/09/2018

Se testó una muestra del producto y la misma es conforme con IEC 60950-1:2005, IEC 60950-1:2005/AMD1:2009, IEC 60950-1:2005/AMC2:2013

El número de referencia del informe de prueba CB, que forma parte de este Certificado es: CB 156746-70188067 (01899502)

El presente Certificado de Prueba CB es emitido por la Entidad Nacional de Certificaciones

Ref. Certif. No. CA/21941/CSA

CERTIFICADO CA/21941/CSA

Número de Referencia del Reporte de Ensayo (CB 156746-70188067)

Corresponden a los modelos del iPhone XR, dependiendo del país.

- El Reporte de Ensayo CB 156746-70188067, del cual se advierte que los modelos del equipo *iPhone XR* cuentan con una certificación IP67, con una profundidad máxima de un (1) metro:

¹⁵ <https://dle.rae.es/impermeable?m=form>

¹⁶ La fecha de inicio de la difusión de los anuncios cuestionados fue el 16 de agosto de 2019, conforme lo ha mencionado Ishop en su escrito de descargos.

Reporte de Ensayos (CB 156746-7018067)

"iPhone XR cuenta con la Certificación IP67, "



Page 6 of 50		CSA Ref. No. CB 156746-7018067 (70196582)
Test item particulars:		
Equipment mobility	<input type="checkbox"/> movable <input checked="" type="checkbox"/> hand held <input type="checkbox"/> transportable stationary <input type="checkbox"/> for building in <input type="checkbox"/> direct plug-in	
Connection to the mains	<input type="checkbox"/> plug-in equipment <input type="checkbox"/> type A <input type="checkbox"/> type B permanent connection <input type="checkbox"/> detachable power supply cord <input type="checkbox"/> non-detachable power supply cord <input type="checkbox"/> not directly connected to the mains	
Operating condition	<input type="checkbox"/> continuous <input type="checkbox"/> (rated operating / resting time)	
Access location	<input type="checkbox"/> readily accessible <input type="checkbox"/> restricted access location	
Over voltage category (OVC)	<input type="checkbox"/> OVC I <input type="checkbox"/> OVC II <input type="checkbox"/> OVC III <input type="checkbox"/> OVC IV <input type="checkbox"/> other: Not connected to MANS	
Mains supply tolerance (%) or absolute mains supply value	N/A - Powered by host USB port or external power adapter	
Tested for IT power systems	<input type="checkbox"/> Yes <input checked="" type="checkbox"/> No	
IT testing, phase-phase voltage (V)	N/A	
Class of equipment	<input type="checkbox"/> Class I <input type="checkbox"/> Class II <input type="checkbox"/> Class III <input type="checkbox"/> Not classified	
Considered current rating of protective device as part of the building installation (A)	N/A	
IP protection class	<input checked="" type="checkbox"/> IPX 1 <input type="checkbox"/> IPX 2 <input type="checkbox"/> IPX 3 IPX 0: meters depth: A1900, A2097, A2098, A2099, A2100, A1921, A2101, A2102, A2103, A2104 IPX 1 (meter depth: A1984, A2105, A2106, A2107, A2108)	
Altitude during operation (m)	5000 m	
Altitude of test laboratory (m)	70.1 m	
Mass of equipment (kg)	0.175 kg (A1900, A2097, A2098, A2099, A2100) 0.207 kg (A1901, A2101, A2102, A2103, A2104) 0.194 kg (A1984, A2105, A2106, A2107, A2108)	
Possible test case verdicts:		
- test case does not apply to the test object	N/A	
- test object does meet the requirement	P (Pass)	

El referido reporte también hace referencia al detalle de las pruebas realizadas a los equipos, señalando entre estas, la protección contra el ingreso del agua (Anexo T) y sus certificaciones, en virtud de la Norma IEC 60529:

(LOGO) CSA Group Page 4 de 50 No. Ref. CSA CB 156746-7018067 (70196582)

Lista de Adjetivos (incluyendo el número total de páginas en cada adjetivo)	
1	Diferencias entre grupos nacionales y diferencias nacionales (9 páginas)
2	Fotografías (9 páginas)
3	Locuciones de aprobación de agencias (16 páginas)
4A	Modelos de datos de prueba A1900 y A1921 (20 páginas)
4B	Modelo de datos de prueba A1984 (20 páginas)
4C	Proyecto de datos de prueba 70196582 (5 páginas)

Resumen de prueba:	
Pruebas realizadas (nombre de la prueba y cláusula de la prueba):	Lugar de prueba: Apple Inc. 20525 Mariani Avenue, Cupertino, CA 95014 EE. UU.
1.6.2 Interfaz de alimentación (entrada)	
4.2.4 Fuerza constante (250N)	
4.2.6 Prueba de caída	
4.5.1 Calentación	
5.3 Condiciones de funcionamiento anormales	
Za 2 Protección contra presión sonora excesiva de reproducciones de música personalizadas	
Anexo T - Orientación sobre la protección contra el ingreso de agua (IEC 60529-IPX7 / IPX8 Pruebas de Ingreso de Agua)	
IEC 60529 Cláusula 13.4, 13.6 - Prueba contra polvo para designación de carcasa IPXX	
Lugar de prueba: Apple Inc. 20525 Mariani Avenue, Cupertino, CA 95014 EE. UU. Proyecto 70196582 - CTF Etapa 3	Apple Inc. 20525 Mariani Avenue, Cupertino, CA 95014 EE. UU.
1.6.2 Interfaz de alimentación (entrada)	
4.5.1 Calentación	
5.3 Condiciones de funcionamiento anormales	
Resumen de cumplimiento de las diferencias nacionales:	
Lista de países abarcados: Países miembros de CENELEC (diferencias de grupo de la UE): Austria, Bélgica, Bulgaria, Croacia, Chipre, República Checa, Dinamarca, Estonia, Finlandia, Antigua República Yugoslava de Macedonia, Francia, Alemania, Grecia, Hungría, Islandia, Irlanda, Italia, Letonia, Lituania, Luxemburgo, Malta, Países Bajos, Noruega, Polonia, Portugal, Rumanía,	

(LOGO) CSA Group Page 33 de 50 No. Ref. CSA CB 156746-7018067 (70196582)

IEC 60529-1			
Cláusula	Requisito + Prueba	Resultado - Observación	Veredicto
	Cuerpo del VCR Prueba según IEC 60895-11-5		N/A
	Cuerpo del VCR Clase de inflamabilidad del material (men V-1)		N/A
R	ANEXO R. EJEMPLOS DE REQUISITOS PARA PROGRAMAS DE CONTROL DE CALIDAD		N/A
R.1	Distancias de separación mínimas para tableros impresos revestidos desprotegidos (ver 2.10.6.2)		N/A
R.2	Espacios libres reducidos (ver 2.10.3)		N/A
S	ANEXO S. PROCEDIMIENTO PARA LA PRUEBA DE IMPULSO (ver 6.2.2.3)		N/A
S.1	Equipo de prueba		N/A
S.2	Procedimiento de prueba		N/A
S.3	Ejemplos de formas de onda durante la prueba de impulso		N/A
T	ANEXO T. ORIENTACIÓN SOBRE LA PROTECCIÓN CONTRA EL INGRESO DE AGUA (ver 1.1.2)	IPX8 (2 metros: A1920, A2097, A2098, A2099, A2100, A1921, A2101, A2102, A2103, A2104); IPX7 (1 metro: A1984, A2105, A2106, A2107, A2108)	P
U	ANEXO U. ALAMBRES DE BOBINADO AISLADOS PARA SU USO SIN AISLAMIENTO INTERCALADO (ver 2.10.8.4)		N/A
V	ANEXO V. SISTEMAS DE DISTRIBUCIÓN DE ENERGÍA AC (ver 1.6.1)		N/A
V.1	Introducción		N/A
V.2	Sistemas de distribución de energía TN		N/A

La Norma IEC 60529, homologada a través de la NTP -IEC60529:2020, denominada "Grados de protección proporcionados por las envolventes (Código IP)", que describe el ensayo efectuado a los equipos en relación con la protección correspondiente a las certificaciones IP. De la referida norma, se aprecia que para obtener la clasificación IP67, los ensayos a los productos se realizan sumergiendo los mismos completamente en el agua, bajo determinadas condiciones, siendo una de estas: "la duración de ensayo de 30 minutos".

14.2.7 Ensayo para el segundo número característico 7: inmersión transitoria entre 0,15 m y 1 m

El ensayo es realizado sumergiendo completamente la envoltura en agua en su posición de servicio como lo especifica el fabricante tal que las siguientes condiciones sean satisfechas:

- a) el punto más bajo de las envolturas con una altura menor a 850 mm es ubicado a 100 mm bajo la superficie del agua;
- b) el punto más alto de las envolturas con una altura igual a o mayor que 850 mm es ubicado a 150 mm bajo la superficie del agua;
- c) la duración del ensayo es de 30 min;
- d) la temperatura del agua no difiera de esa del equipo por más de 5 K. Sin embargo, un requisito modificado puede ser especificado en la norma de producto relevante si los ensayos son para ser realizados cuando el equipo es energizado y/o sus partes en movimiento.



Asimismo, la Comisión verifica que Ishop presentó, en calidad de medios probatorios, respecto al iPhone 11, lo siguiente:

- La Certificación N° CA/ 23134/CSA de fecha 12 de julio de 2019, que indica los modelos de equipos que se encuentran certificados y el número del Reporte de Ensayo CB 156746-80010595 de los mismos:

CERTIFICADO CA/23134/CSA

Número de Referencia del Reporte de Ensayo (CB 156746-80010595)

Corresponden a los modelos del iPhone 11, dependiendo del país.

- El Reporte de Ensayo CB 156746-80010595, del cual se advierte que los modelos del equipo *iPhone 11* cuentan con una certificación IP68, considerando una profundidad máxima de dos metros:

Reporte de Ensayos CB 156746-80010595

"Equipos A2111, A2221, A2222, A2223 (que corresponden a los iPhone 11) cuentan con una Certificación IP68, con una profundidad máxima de dos (2) metros"

El referido reporte también hace referencia al detalle de las pruebas realizadas a los equipos, señalando entre estas, la protección contra el ingreso del agua (Anexo T) y sus certificaciones, en virtud de la Norma IEC 60529:

(LOGO) CSA Group

Página 4 de 52

Informe No. CB 156746-80010595

Lista de Adjuntos (incluyendo el número total de páginas en cada adjunto):	
1. Diferencias entre grupos europeos y diferencias nacionales	(06 páginas)
2. Fotografías	(9 páginas)
3. Licencias de aprobación de agencias	(19 páginas)
4. Datos de Prueba	(26 páginas)
Resumen de prueba:	
Pruebas realizadas (nombre de la prueba y cláusula de la prueba):	Lugar de prueba:
Proyecto 80010595 - CTF Etapa 3	Aplic Inc
2019-02-16 to 2019-07-01	20525 Manara Avenue, Cupertino, CA 95014 EE. UU.
1.6.2 Integridad de alimentación (entrada)	
4.2.4 Fuerza constante (250N)	
4.2.6 Pruebas de caída	
4.5.1 Calificación	
5.3 Condiciones de funcionamiento anormales	
22.2 Protección contra presión sonora excesiva de reproductores de música personales	
Anexo T - Orientación sobre la protección contra el ingreso de agua (IEC 60529 IPX7 / IPX8 Prueba de Ingreso de Agua)	
IEC 60529, Cláusula 13.4, 13.6 - Prueba contra polvo para designación de carcasa IPX8	
Resumen de cumplimiento de las diferencias nacionales:	
Lista de países abordados:	
Países miembros de CENELEC (diferencias de grupo de la UE): Austria, Bélgica, Bulgaria, Croacia, Chipre, República Checa, Dinamarca, Estonia, Finlandia, Antigua República Yugoslava de Macedonia, Francia, Alemania, Grecia, Hungría, Islandia, Irlanda, Italia, Letonia, Lituania, Luxemburgo, Malta, Países Bajos, Noruega, Polonia, Portugal, Rumania, Eslovaquia, Eslovenia, España, Suecia, Suiza, Turquía y Reino Unido.	
Algunos, Canadá, Alemania, Israel, Corea, Estados Unidos	
El producto cumple los requisitos de las diferencias nacionales y de grupo según EN 60950-1: 2006 + A11: 2009 + A1: 2010 + A12: 2011 + A2: 2013.	
El producto cumple los requisitos de las diferencias nacionales según UL 60950-1: 07 (segunda edición) + A1: 2011 + A2: 2014, CAN/CSA-C22.2 No. 60950-1-07, Amd 1: 2011, Amd 2: 2014, N. 60950-1.	

(LOGO) CSA Group

Página 33 de 52

Informe No. CB 156746-80010595

IEC 60950-1			
Cláusula	Requisito + Prueba	Resultado - Observación	Veredicto
	Cuerpo del VDR Prueba según IEC 60950-11-5		N/A
	Cuerpo del VDR Prueba de inflamabilidad del material (min V-1)		N/A
R	ANEXO R, EJEMPLOS DE REQUISITOS PARA PROGRAMAS DE CONTROL DE CALIDAD		N/A
R.1	Distancias de separación mínimas para despusbados tableros impresos revestidos (ver 2.10.6.2)		N/A
R.2	Espacios libres reducidos (ver 2.10.3)		N/A
S	ANEXO S, PROCEDIMIENTO PARA LA PRUEBA DE IMPULSO (ver 6.2.2.3)		N/A
S.1	Equipo de prueba		N/A
S.2	Procedimiento de prueba		N/A
S.3	Ejemplos de formas de onda durante la prueba de impulso		N/A
T	ANEXO T, ORIENTACIÓN SOBRE LA PROTECCIÓN CONTRA EL INGRESO DE AGUA (ver 1.1.2)	IP68 (2 metros de profundidad: A2111, A2221, A2222, A2223) IP69 (4 metros de profundidad: A2160, A2215, A2216, A2217, A2161, A2218, A2219, A2220)	P
U	ANEXO U, ALAMBRES DE BOBINADO AISLADOS PARA SU USO SIN AISLAMIENTO INTERCALADO (ver 2.10.5.4)		N/A

- La Norma IEC 60529, homologada a través de la NTP -IEC60529:2020, denominada “Grados de protección proporcionados por las envolventes (Código IP)”, que describe la descripción de los ensayos efectuados a los equipos en relación con la protección correspondiente a las certificaciones “IP”. De la referida norma, se aprecia que para obtener la clasificación IP68, los ensayos a los productos se realizan sumergiendo los mismos completamente en el agua, bajo determinadas condiciones acordadas entre el fabricante y el usuario. Según la referida norma, dichas condiciones deben ser más severas a las prescritas en el punto 14.2.7, siendo una de esas condiciones: la duración de ensayo de 30 minutos.

60529 © IEC:1989+A1:1999

- 31 -

14.2.8 Ensayo para el segundo número característico 8: inmersión continua sujeta a acuerdo

A menos que haya una norma de producto relevante, las condiciones de ensayo son sometidas a acuerdo entre el fabricante y el usuario, pero ellas serán más severas que esas prescritas en el punto 14.2.7 y se tendrá en cuenta la condición de que la envoltura estará continuamente sumergida en el uso real.

14.2.7 Ensayo para el segundo número característico 7: inmersión transitoria entre 0,15 m y 1 m

El ensayo es realizado sumergiendo completamente la envoltura en agua en su posición de servicio como lo especifica el fabricante tal que las siguientes condiciones sean satisfechas:

- a) el punto más bajo de las envolturas con una altura menor a 850 mm es ubicado a 100 mm bajo la superficie del agua;
- b) el punto más alto de las envolturas con una altura igual a o mayor que 850 mm es ubicado a 150 mm bajo la superficie del agua;
- c) la duración del ensayo es de 30 min;
- d) la temperatura del agua no difiera de esa del equipo por más de 5 K. Sin embargo, un requisito modificado puede ser especificado en la norma de producto relevante si los ensayos son para ser realizados cuando el equipo es energizado y/o sus partes en movimiento.

En consecuencia, de una revisión de los medios probatorios presentados por la imputada, previos a la fecha de inicio de difusión de los anuncios cuestionados, la Comisión observa que los equipos *iPhone XR* y *11* son resistentes al agua, en función a la Norma IEC 60529. Al respecto, la imputada ha acreditado que cada uno de los equipos materia de análisis cuentan con la certificación IP67 (*iPhone XR*) y IP68 (*iPhone 11*), que les permite ser resistentes al agua hasta treinta (30) minutos a una profundidad máxima de un (1) metro y dos (2) metros, respectivamente, conforme lo ha manifestado en sus anuncios.

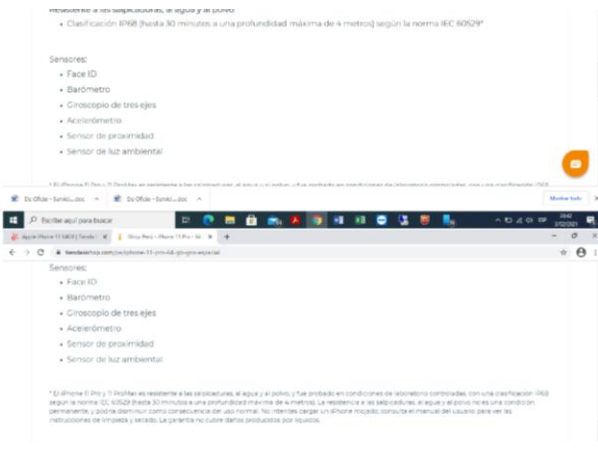
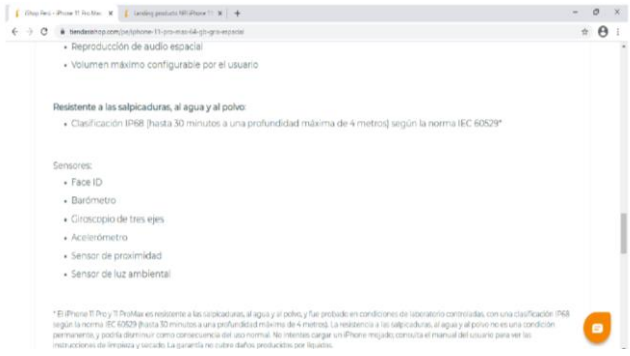
En ese sentido, esta Comisión concluye que la imputada cumplió con el deber de sustanciación previa, en la medida que Ishop contó con los medios probatorios suficientes que acreditaron el mensaje publicitario difundido a través de los anuncios materia de análisis, de manera previa al inicio de su difusión, por lo que, las afirmaciones no resultan engañosas.

Por dichas consideraciones, esta Comisión considera que corresponde declarar infundada la denuncia presentada por Idom y Nouvelle Defense en contra de Ishop, por la presunta comisión de actos de competencia desleal en la modalidad de engaño, supuesto establecido en el artículo 8 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal, respecto de los equipos *iPhone XR* y *11*.

- **Respecto de los equipos *iPhone 11 Pro* y *11 Pro Max*.**

Anuncios recabados mediante Acta de Inspección

Sobre el particular, de una revisión de las inspecciones realizadas por la Secretaría Técnica, la Comisión observa que, respecto a los equipos antes señalados, se observa las siguientes piezas publicitarias:

PRODUCTO	PUBLICIDAD	AFIRMACIONES
<p><i>iPhone 11 Pro</i> Anuncio¹⁷</p>		<p>“Resistente a las salpicaduras, al agua y al polvo Clasificación IP68 (hasta 30 minutos a una profundidad máxima de 4 metros) según la norma IEC 60529**</p> <p>“El iPhone 11 Pro y 11 Pro Max es resistente a las salpicaduras, al agua y al polvo, y fue probado en condiciones de laboratorio controladas, con una clasificación IP68 según la norma IEC 60529 (hasta 30 minutos a una profundidad máxima de 4 metros). La resistencia a las salpicaduras al agua y al polvo no es una condición permanente y podría disminuir como consecuencia del uso normal.”</p>
<p><i>iPhone 11 Pro Max</i> Anuncio¹⁸</p>		<p>“Resistente a las salpicaduras, al agua y al polvo Clasificación IP68 (hasta 30 minutos a una profundidad máxima de 4 metros) según la norma IEC 60529**</p> <p>“El iPhone 11 Pro y 11 Pro Max es resistente a las salpicaduras, al agua y al polvo, y fue probado en condiciones de laboratorio controladas, con una clasificación IP68 según la norma IEC 60529 (hasta 30 minutos a una profundidad máxima de 4 metros). La resistencia a las salpicaduras al agua y al polvo no es una condición permanente y podría disminuir como consecuencia del uso normal.”</p>

Sobre el particular, luego de un análisis superficial e integral de cada uno de los anuncios antes mostrados, la Comisión advierte que Ishop trasladó a los consumidores como mensaje publicitario objetivo, que los equipos *iPhone 11 Pro* y *11 Pro Max* serían resistentes al agua hasta una cierta medida. Así, para ambos equipos sería hasta treinta (30) minutos a una profundidad máxima de cuatro (4) metros, en virtud de la Clasificación IP68, según la Norma IEC 60529.

En efecto, de la revisión de las afirmaciones antes señaladas y el contexto en la que las mismas son transmitidas en los anuncios cuestionados, esta Comisión aprecia claramente que Ishop destaca como una de las características de sus equipos la resistencia al agua, según la Norma IEC 60529, considerando como única condición que dicha característica no sea permanente. Cabe señalar que, en el presente caso, no existen elementos en los anuncios que puedan generar en los consumidores la percepción de que los equipos sean resistentes al agua bajo cualquier condición o que estos sean impermeables.

En ese sentido, considerando que la afirmación anunciada en los anuncios materia de imputación está referida a la resistencia al agua, en virtud a la Norma IEC 60529, y no bajo cualquier condición,

¹⁷ Ver en Acta de Inspección *iPhone 11 Pro* – Enlace: https://tiendasishop.com/pe/iphone/iphone-11-pro-2019?__store=default

¹⁸ Ver en Acta de Inspección: *iPhone 11 Pro Max* – Enlace: <https://tiendasishop.com/pe/iphone-11-pro-max-64-gb-gris-especial>

corresponde a la Comisión analizar la veracidad de dicho mensaje transmitido a los consumidores. Para ello, conforme al deber de sustanciación previa, establecido en el numeral 8.4 del artículo 8 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal, la imputada debe contar, previamente a la difusión de los anuncios cuestionados¹⁹, con los medios probatorios que sustenten la veracidad del mensaje imputado, en el caso en particular, si los equipos iPhone 11 Pro y 11 Pro Max son resistentes al agua hasta las medidas anunciadas y que ello se encuentra avalado por la Clasificación IP68 según la norma IEC 60529, conforme lo anunciado.

Al respecto, la Comisión observa que Ishop presentó, en calidad de medios probatorios, respecto a los iPhone 11 Pro y 11 Pro Max, lo siguiente:

- La Certificación N° CA/ 23134/CSA de fecha 12 de julio de 2019, que indica los modelos de equipos que se encuentran certificados y el número del Reporte de Ensayo CB 156746-80010595 de los mismos:

CERTIFICADO CA/23134/CSA

Número de Referencia del Reporte de Ensayo (CB 156746-80010595)

Corresponden a los modelos de los iPhone 11 Pro y 11 Pro Max, dependiendo del país.

- El Reporte de Ensayo CB 156746-80010595, del cual se advierte que los modelos de los equipos iPhone 11 Pro y 11 Pro Max cuentan con una certificación IP68, considerando una profundidad máxima de cuatro metros:

Reporte de Ensayos CB 156746-80010595

"Equipos A2160, A2217, A2215 (que corresponden a los iPhone 11 Pro) y A2161, A2220, A2218 (que corresponden a los iPhone Pro Max) cuentan con una Certificación IP68 con una profundidad máxima de cuatro (4) metros".

Clasificación de protección (IP)	IP68	IP67	IP65
Altura durante el funcionamiento (m)	5000 m		
Altura de laboratorio de pruebas (m)	75,1 m		
Visión del equipo (V)	0.187 (A2160, A2215, A2216, A2217)	0.204 (A2161, A2218, A2219, A2220)	0.185 (A2171, A2221, A2222, A2223)

El referido reporte también hace referencia al detalle de las pruebas realizadas a los equipos, señalando entre estas, la protección contra el ingreso de agua (Anexo T) y sus certificaciones, en virtud de la Norma IEC 60529:

¹⁹ La fecha de inicio de la difusión de los anuncios cuestionados fue el 16 de agosto de 2019, conforme lo ha mencionado Ishop en su escrito de descargos.



PERÚ

Presidencia del Consejo de Ministros

INDECOPI



(I.000) CSA Group
Página 4 de 52
Informe No. CB 156746-60010595

Lista de Adjuntos (incluyendo el número total de páginas en cada adjunto):	
1	Diferencias entre grupos europeos y diferencias nacionales (26 páginas)
2	Fotografías (9 páginas)
3	Listados de aprobación de agencias (19 páginas)
4	Índice de Pruebas (26 páginas)
Resumen de pruebas:	
Pruebas realizadas (nombre de la prueba y clasificación de la prueba):	Lugar de prueba: Agilio Inc. 2005 Mariani Avenue, Cupertino, CA 95014 EE. UU.
Proyecto 80010595 - CTF Etapa 3	
2016-04-16 to 2016-04-21	
1.2 Interfaz de alimentación (entrada)	
4.2.4 Fuerza constante (250N)	
4.2.6 Prueba de caída	
4.5.1 Calibración	
5.3 Condiciones de funcionamiento anormales	
Za.2 Protección contra presión sonora excesiva de instalaciones de música personal	
Anexo 1 - Orientación sobre la protección contra el ingreso de agua (IEC 60529 IPX7 / IPX8 Pruebas de Ingreso de Agua)	
IEC 60529 Cláusula 13.4.1.3.6 - Pruebas contra agua para designación de carcasa IPX8	
Resumen de cumplimiento de las diferencias nacionales:	
Lista de países abastecidos: Países miembros de CENELEC (diferencias de grupo de la UE): Austria, Bélgica, Bulgaria, Croacia, Chipre, República Checa, Dinamarca, Estonia, Finlandia, Antigua República Yugoslava de Macedonia, Francia, Alemania, Grecia, Hungría, Islandia, Irlanda, Italia, Letonia, Lituania, Luxemburgo, Malta, Países Bajos, Noruega, Polonia, Portugal, Rumania, Eslovaquia, Eslovenia, España, Suecia, Suiza, Turquía y Reino Unido. Alemania, Canadá, Alemania, Israel, Corea, Estados Unidos	
<input type="checkbox"/> El producto cumple los requisitos de las diferencias nacionales y de grupo según EN 60950-1:2006 + A11:2009 + A1:2010 + A12:2011 + A2:2013	
<input type="checkbox"/> El producto cumple los requisitos de las diferencias nacionales según IEC 60950-1:2006 (segunda edición) + A1:2011 + A2:2014, CAN/CSA-C22.2 No. 60950-1-07, Amd. 1:2011, Amd. 2:2014, y 60950-1	

(I.000) CSA Group
Página 33 de 52
Informe No. CB 156746-60010595

IEC 60950-1		
Cláusula	Requerimiento + Prueba	Resultado - Observación Veredicto
	Campo del VEDR Prueba según IEC 60950-11-5.	N/A
	Campo del VEDR: Clave de identificación del material (ver V.1)	N/A
R ANEXO R. EJEMPLOS DE REQUISITOS PARA PROGRAMAS DE CONTROL DE CALIDAD		
R.1	Distancias de separación mínimas para desproteídos tableros impresos resistentes (ver 2.10.6.2)	N/A
R.2	Espacios libres reducidos (ver 2.10.3)	N/A
S ANEXO S. PROCEDIMIENTO PARA LA PRUEBA DE IMPULSO (ver 6.2.2.3)		
S.1	Equipo de prueba	N/A
S.2	Procedimiento de prueba	N/A
S.3	Ejemplos de formas de onda durante la prueba de impulso	N/A
T ANEXO T. ORIENTACIÓN SOBRE LA PROTECCIÓN CONTRA EL INGRESO DE AGUA (ver 1.1.2)		
	IP68 (2 metros de profundidad: A2111, A2211, A2222, A2233)	
	IP68 (4 metros de profundidad: A2160, A2215, A2216, A2217, A2161, A2218, A2219, A2220)	
U ANEXO U. ALAMBRES DE ROBINADO AISLADOS PARA SU USO SIN AISLAMIENTO INTERCALADO (ver 2.10.6.4)		
		N/A

- La Norma IEC 60529, homologada a través de la NTP -IEC60529:2020, denominada “Grados de protección proporcionados por las envolventes (Código IP)”, señala la descripción de los ensayos efectuados a los equipos en relación con la protección correspondiente a las certificaciones “IP”. De la referida norma, se aprecia que para obtener la clasificación IP68, los ensayos a los productos se realizan sumergiendo los mismos completamente en el agua, bajo determinadas condiciones acordadas entre el fabricante y el usuario. Según la referida norma, dichas condiciones deben ser más severas a las prescritas en el punto 14.2.7, siendo una de esas condiciones: la duración de ensayo de 30 minutos.

60529 © IEC: 1989+A1:1999

- 31 -

14.2.8 Ensayo para el segundo número característico 8: inmersión continua sujeta a acuerdo

A menos que haya una norma de producto relevante, las condiciones de ensayo son sometidas a acuerdo entre el fabricante y el usuario, **pero ellas serán más severas que esas prescritas en el punto 14.2.7** y se tendrá en cuenta la condición de que la envoltura estará continuamente sumergida en el uso real.

14.2.7 Ensayo para el segundo número característico 7: inmersión transitoria entre 0,15 m y 1 m

El ensayo es realizado sumergiendo completamente la envoltura en agua en su posición de servicio como lo especifica el fabricante tal que las siguientes condiciones sean satisfechas:

- a) el punto más bajo de las envolturas con una altura menor a 850 mm es ubicado a 100 mm bajo la superficie del agua;
- b) el punto más alto de las envolturas con una altura igual a o mayor que 850 mm es ubicado a 150 mm bajo la superficie del agua;;
- c) la duración del ensayo es de 30 min;**
- d) la temperatura del agua no difiera de esa del equipo por más de 5 K. Sin embargo, un requisito modificado puede ser especificado en la norma de producto relevante si los ensayos son para ser realizados cuando el equipo es energizado y/o sus partes en movimiento.



En consecuencia, de una revisión de los medios probatorios presentados por la imputada, previos a la fecha de inicio de difusión de los anuncios cuestionados, la Comisión observa que los equipos *iPhone 11 Pro* y *11 Pro Max* son resistentes al agua, en función a la Norma IEC 60529. Al respecto, la imputada ha acreditado que cada uno de los equipos materia de análisis cuentan con la certificación IP68, que les permite ser resistentes al agua hasta treinta (30) minutos a una profundidad máxima de cuatro (4) metros, conforme lo ha manifestado en sus anuncios.

En ese sentido, esta Comisión concluye que la imputada cumplió con el deber de sustanciación previa, en la medida que Ishop contó con los medios probatorios suficientes que acreditaron el mensaje publicitario difundido a través de los anuncios materia de análisis, de manera previa al inicio de su difusión, por lo que, las afirmaciones no resultan engañosas.

Por dichas consideraciones, esta Comisión considera que corresponde declarar infundado este extremo de la denuncia presentada por Idom y Nouvelle Defense en contra de Ishop, por la presunta comisión de actos de competencia desleal en la modalidad de engaño, supuesto establecido en el artículo 8 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal.

Video anunciado por Ishop

Sobre el particular, la Comisión considera analizar el video que Ishop promocionó respecto a los equipos antes mencionados (*iPhone 11 Pro* y *11 Pro Max*), a efectos de determinar claramente cuál ha sido el mensaje que un consumidor percibió de los mismos. Al respecto, cabe señalar que para ambos equipos se publicitó el mismo video²⁰:



Sobre el particular, luego de un análisis superficial e integral del video publicitario cuestionado, la Comisión advierte que Ishop trasladó a los consumidores como mensaje publicitario objetivo, que los equipos *iPhone 11 Pro* y *11 Pro Max* serían resistentes al agua, hasta treinta (30) minutos a una profundidad máxima de cuatro (4) metros, pudiendo los mismos ser expuestos al agua en cualquier condición.

En efecto, para este Colegiado, los consumidores al percibir, a través del video, la manera inusual y extrema en la que los equipos cuestionados son expuestos al agua, entenderán claramente que Ishop ofrece equipos que pueden ser sumergidos, en cualquier circunstancia y situación. Cabe precisar que, si bien no se informa que estos sean impermeables, los consumidores pudieron aprehender de la publicidad, que los equipos son resistentes el agua en cualquier condición

²⁰ En la denuncia, las denunciantes adjuntaron imágenes del video, el cual fue recabado por la Secretaría Técnica.

accidental, ya sea por salpicaduras o por caerse al agua accidentalmente de la piscina u en otros lugares.

En ese sentido, tomando en consideración la afirmación anunciada, corresponde a la Comisión analizar la veracidad de dicho mensaje transmitido a los consumidores. Para ello, conforme al deber de sustanciación previa, establecido en el numeral 8.4 del artículo 8 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal, la imputada debe contar, previamente a la difusión de los anuncios cuestionados²¹, con los medios probatorios que sustenten la veracidad del mensaje imputado, en el caso en particular, si los equipos *iPhone 11 Pro* y *11 Pro Max* son resistentes al agua, hasta treinta (30) minutos a una profundidad máxima de cuatro (4) metros, pudiendo los mismos ser expuestos al agua en cualquier condición.

Al respecto, de una revisión de los medios probatorios que obran en el expediente, la Comisión observa, respecto al *iPhone 11 Pro* y *11 Pro Max*, lo siguiente:

- Los equipos cuestionados cuentan con la Certificación N° CA/23134/CSA de fecha 12 de julio de 2019:

CERTIFICADO CA/23134/CSA

Número de Referencia del Reporte de Ensayo (CB 156746-80010595)

Corresponden a los modelos de los iPhone 11 Pro y 11 Pro Max, dependiendo del país.

- El Reporte de Ensayo CB 156746-80010595 de los productos cuestionados muestran que los modelos de los equipos *iPhone 11 Pro* y *11 Pro Max* cuentan con una certificación IP68, considerando una profundidad máxima de cuatro metros:

Reporte de Ensayos CB 156746-80010595

"Equipos A2160, A2217, A2215 (que corresponden a los iPhone 11 Pro) y A2161, A2220, A2218 (que corresponden a los iPhone Pro Max) cuentan con una Certificación IP68 con una profundidad máxima de cuatro (4) metros".

Grado de protección IP	IP68 (2 metros de profundidad A2111, A2211, A2212, A2213)
Grado de protección IP	IP68 (2 metros de profundidad A2160, A2215, A2216, A2217, A2161, A2218, A2219, A2220)

- No obstante, la Norma IEC 60529, homologada a través de la NTP-IEC60529:2020, denominada "Grados de protección proporcionados por las envolventes (Código IP)",

²¹ La fecha de inicio de la difusión de los anuncios cuestionados fue el 16 de agosto de 2019, conforme lo ha mencionado Ishop en su escrito de descargos.

precisa que para obtener la clasificación IP68, los ensayos a los productos se realizan con agua fresca, sin señalar otra condición:

6. Grado de protección contra el ingreso de agua indicada por el segundo número característico

El segundo número característico indica el grado de protección proporcionado por envolturas con respecto a efectos perjudiciales en el equipo debido al ingreso de agua.

Los ensayos para el segundo número característico son realizados con agua fresca. La protección real puede no ser satisfactoria si son usadas operaciones de limpieza con alta presión y/o solventes.

La tabla 3 entrega una breve descripción y definiciones de la protección para los grados representados por el segundo número característico.

Los grados de protección listados en esta tabla serán especificados sólo por el segundo número característico y no por referencia a la breve descripción o definición. Los ensayos están especificados en la cláusula 14.

Hasta e incluyendo el segundo número característico 6, la designación implica también conformidad con los requisitos para todos los números característicos más bajos. Sin embargo, los ensayos que establecen conformidad con los grados de protección más bajos, no necesitan

- Asimismo, a través del sitio *web*, se verifica que Apple informa respecto a los equipos cuestionados limitaciones a la característica anunciada (“resistencia al agua”):

Para prevenir el daño por líquidos, evita lo siguiente:

- Nadar o ducharte con el iPhone.
- Exponer el iPhone al agua a presión o al agua a altas velocidades, como cuando te duchas; practicas esquí acuático, wakeboard o surf; andas en una moto acuática, etc.
- Usar el iPhone en un sauna o una sala de vapor.
- Sumergir intencionalmente el iPhone en el agua.
- Usar el iPhone fuera de los rangos de temperatura sugeridos o en condiciones de extrema humedad.
- Dejar caer el iPhone o exponerlo a otros impactos.
- Desarmar el iPhone, lo que incluye quitar los tornillos.

En ese sentido, de una revisión de una evaluación de los medios probatorios presentados por la imputada, la Comisión observa que, si bien los equipos *iPhone 11 Pro* y *11 Pro Max* cuentan con la certificación IP68 que les permite ser resistentes al agua hasta treinta (30) minutos a una profundidad máxima de cuatro (4) metros, estos no les permite ser resistentes en cualquier condición ni en el escenario expuesto en el video publicitario (a una presión alta de agua), sino únicamente en las condiciones en las que fueron realizados los ensayos.

En consecuencia, considerando que la imputada no presentó medios probatorios suficientes que sustenten la veracidad de lo anunciado, en el caso en particular, la Comisión considera que el video cuestionado induce a error a los consumidores.

Cabe señalar que, si bien Apple consignó, a través de su sitio *web* información complementaria al anuncio cuestionado, ello no enerva la inducción a error a la que estuvieron expuestos los consumidores al visualizar el video cuestionado por Ishop.

Por dichas consideraciones, esta Comisión considera declarar fundado el presente extremo de la denuncia presentada por Idom y Nouvelle Defense en contra de Ishop, por la comisión de actos de competencia desleal en la modalidad de engaño, supuesto establecido en el artículo 8 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal.

4.4. La pertinencia de ordenar una medida correctiva

Al respecto, las denunciantes solicitaron lo siguiente: (i) las imputadas adopten las medidas necesarias para mitigar o reducir los efectos negativos de la omisión de las condiciones cuestionadas; y, (ii) las imputadas cumplan con el cambio de equipos o resarcimiento a aquellos consumidores que hubieran sido afectados por el engaño inducido a través de su publicidad.

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

En particular, es pertinente recordar que la Sala ha establecido en la Resolución N° 427-2001/TDC-INDECOPI²² que “[e]s importante destacar que las medidas complementarias tienen por finalidad corregir las distorsiones que se hubieran producido en el mercado como consecuencia de la actuación infractora y que su aplicación se sustenta en las normas que regulan la competencia de la Comisión para conocer de dichas conductas, imponer sanciones, y disponer los correctivos que correspondan para revertir el daño ocasionado al mercado”.

En el presente caso, dado que ha quedado acreditado que la imputada incurrió en actos de engaño, la Comisión considera que la posibilidad de que anuncios de naturaleza similar sean difundidos en otra oportunidad, justifica que se ordene una medida correctiva conforme al caso en concreto y destinada a evitar que la conducta infractora se repita en el futuro.

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

Al respecto, las denunciantes solicitaron que la imputada haga público, a través de sus sitios *web* y redes sociales, que la publicidad cuestionada ha sido engañosa.

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

Debe considerarse que la rectificación tiene por finalidad revertir los efectos generados en el mercado por la difusión de anuncios en aquellas circunstancias en que el mercado, por sí sólo, o el sistema de sanciones pecuniarias, no tienen la capacidad de revertir. Al respecto, la Sala en la Resolución N° 052-96-TRI-SDC de fecha 18 de septiembre de 1996²³ señaló que “[p]or su naturaleza, un aviso rectificatorio, más que una sanción, es una forma de corregir el efecto residual que la información engañosa pueda haber dejado en la mente de los consumidores. Por ello, para ordenar la publicación de un aviso rectificatorio se debe evaluar su idoneidad para corregir la distorsión creada en el mercado, pero además se debe también evaluar la posibilidad de que el aviso rectificatorio cree una distorsión mayor a aquella que pretende corregir”²⁴. En tal sentido, es importante tener en consideración que el precedente de observancia obligatoria aprobado en la citada resolución señala que:

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

Conforme a los criterios expuestos, se puede concluir que a fin de ordenar la publicación de un aviso rectificatorio, la Comisión debe evaluar de manera conjunta los siguientes elementos: (i) el efecto residual del acto infractor sobre los consumidores; y, (ii) el impacto del aviso rectificatorio en el mercado. De esta manera, no obstante haberse calificado un determinado anuncio como infractor por constituir un acto de engaño, si los efectos del mismo sobre los consumidores no son

²² Emitida en el Expediente N° 116-2000/CCD, seguido por Tecnosanitaria S.A. contra Grifería y Sanitarios S.A.

²³ Emitida en el Expediente N° 187-95-C.P.C. D, seguido de oficio contra Liofilizadora Del Pacífico S.R.Ltda., Omniagro S.A. y Cuarzo Publicidad S.A.

²⁴ Ver Resolución N° 041-96-TRI-SDC y Resolución N° 052-96-TRI-SDC.

significativos o perdurables, o si existe la posibilidad que el aviso rectificatorio genere un impacto negativo, superior a los efectos positivos del mismo en el mercado y en perjuicio de un determinado bien o servicio, debe denegarse la rectificación solicitada.

En el presente caso, la Comisión no advierte el carácter residual, significativo y perdurable de los mensajes infractores difundidos a través del anuncio infractor. Por su parte, las denunciadas no han ofrecido durante el procedimiento medios probatorios idóneos en donde se constata que dicho anuncio ha generado, a la fecha, un efecto residual perjudicial en el mercado. Cabe precisar que inclusive el anuncio infractor ha cesado.

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

4.6. El pedido de costas y costos formulado por las denunciadas

En su escrito de denuncia, Idom y Nouvelle Defense solicitaron a la Comisión que condenara a la imputada al pago de las costas y los costos en los que incurriera durante la tramitación del presente procedimiento.

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

En el presente caso, la Comisión aprecia que la infracción cometida por Ishop es evidente con relación al hecho denunciado por Idom y Nouvelle Defense, por lo que corresponde acceder a su pedido y ordenar a la infractora el pago de las costas y los costos.

4.7. Graduación de la sanción

4.7.1. Normas y criterios aplicables

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

“Artículo 52º.- Parámetros de la sanción. –

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

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

- económicas, correspondientes al ejercicio inmediato anterior al de la expedición de la resolución de la Comisión; y,
- d) Si la infracción fuera calificada como muy grave, una multa de hasta setecientas (700) UIT y que no supere el diez por ciento (10%) de los ingresos brutos percibidos por el infractor, relativos a todas sus actividades económicas, correspondientes al ejercicio inmediato anterior al de la expedición de la resolución de la Comisión.
- 52.2.- Los porcentajes sobre los ingresos brutos percibidos por el infractor, relativos a todas sus actividades económicas, correspondientes al ejercicio inmediato anterior al de la resolución de la Comisión indicados en el numeral precedente no serán considerados como parámetro para determinar el nivel de multa correspondiente en los casos en que el infractor: i) no haya acreditado el monto de ingresos brutos percibidos relativos a todas sus actividades económicas, correspondientes a dicho ejercicio; o, ii) se encuentre en situación de reincidencia.
- 52.3.- La reincidencia se considerará circunstancia agravante, por lo que la sanción aplicable no deberá ser menor que la sanción precedente.
- (...)"

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

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

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

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

4.7.2. Aplicación al caso concreto

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

Al respecto, antes de graduar la sanción por la infracción detectada, este órgano colegiado considera conveniente recordar que Ishop ha sido hallada responsable, durante el presente procedimiento, por la comisión de actos de engaño al difundir un anuncio sobre sus equipos *iPhone 11 Pro* y *11 Pro Max*, informando que los mismos son resistentes al agua, hasta treinta (30) minutos a una profundidad máxima de cuatro (4) metros y, en cualquier condición; cuando en realidad ello no era cierto.

Sobre el particular, a efectos de establecer una multa capaz de disuadir a la infractora, este colegiado considera que corresponde determinar una sanción cuyo valor sea, como mínimo,

equivalente al beneficio ilícito percibido por la realización de la conducta infractora, el cual se obtendrá luego de dividirse el monto considerado como beneficio ilícito entre la probabilidad de detección. En dicho sentido, ello permitirá que el valor real de la sanción disuada al infractor, como consecuencia de, por lo menos, su equivalencia con el beneficio de la conducta infractora, evitando que pueda resultarle más ventajoso incumplir la Ley de Represión de la Competencia Desleal y asumir la correspondiente sanción, que someterse a lo dispuesto por las normas imperativas que regulan la leal competencia²⁵.

Con la finalidad de determinar el beneficio ilícito resultante de la comisión de esta infracción, este órgano colegiado verifica que la Secretaría Técnica, mediante Memorandum N° 000478-2022/CCD, solicitó a la OEE que emita un informe técnico que, en base a los actuados en el Expediente N° 348-2020/CCD determine el beneficio económico obtenido por Ishop, por transmitir el mensaje publicitario difundido en el anuncio cuestionado.

En respuesta a dicha solicitud, la OEE elaboró el Informe N° 000165-2022/OEE/INDECOPI, señalando que el importe del beneficio ilícito obtenido por difundir el anuncio cuestionado, a través de su sitio *web*, con afirmaciones que no serían ciertas, respecto a los equipos iPhone 11 Pro y 11 Pro Max, resultó la suma de **[CONFIDENCIAL]**, durante el periodo de infracción²⁶.

[CONFIDENCIAL]

Al respecto, cabe precisar que la imputada ha cuestionado el informe emitido por la OEE, principalmente debido a que no habría evidencia que demuestre que sus ventas provendrían de las afirmaciones cuestionadas referidas a la resistencia al agua. Sobre el particular, luego de evaluar los argumentos expuestos por Ishop, la Comisión advierte que los mismos no enervan el análisis efectuado por la OEE para determinar el beneficio ilícito de la conducta cuestionada, en la medida que dicho órgano realizó el referido análisis, en virtud de sus consideraciones técnicas. Por tanto, a criterio de esta Comisión, corresponde desestimar su solicitud; y, por tal motivo, determinar la multa sobre la base de lo señalado en el referido informe.

²⁵ La Resolución N° 0880-2012/SC1-INDECOPI del 2 de abril de 2012, emitida en el Expediente N° 063-2011/CCD, en el expediente seguido de oficio en contra de Perfect Life S.A.C. estableció lo siguiente:

- “53. Por ello, para desincentivar una infracción que no siempre será detectada, es necesario imponer una multa superior al beneficio ilícito obtenido, con la finalidad de que compense la dificultad de detección. En el ejemplo anterior, si al infractor solo se le detecta y sanciona una de cada diez veces, para desincentivar la conducta, la multa que se le imponga la vez que se le detecte debe ser por lo menos igual al beneficio ilícito obtenido multiplicado por diez. Así de cada diez veces que cometa la infracción el beneficio ilícito será igual a su costo y el agente no tendrá incentivos para infringir la ley.
54. Formalizando esta lógica, el cálculo de la multa óptima en función del beneficio ilícito y la probabilidad de detección, se realizará aplicando esta fórmula:

$$\text{Multa} = \frac{\text{Beneficio ilícito}}{\text{Probabilidad de detección}}"$$

²⁶ Se ha considerado la fecha estimada señalada por la misma imputada mediante escrito su escrito de descargos. Cabe precisar que, si bien el Memorandum emitido por la OEE señala como fecha de inicio de la difusión el 13 de agosto, el mismo debió decir el 16 de agosto, en tanto toda la información analizada ha sido en base a esta última fecha indicada por la imputada.

Por lo expuesto, y considerando las estimaciones realizadas por la OEE ha quedado acreditado que el beneficio ilícito obtenido por Ishop por lo antes señalado resulta ser **[CONFIDENCIAL]** Unidades Impositivas Tributarias (en adelante, UIT), entre el 16 de agosto de 2019, fecha de inicio de la difusión del anuncio cuestionado, hasta el 23 de noviembre de 2021, fecha de la notificación de la imputación de cargos.

Asimismo, este colegiado considera importante tener en cuenta la probabilidad de detección de la conducta infractora, en tanto es necesario imponer una multa superior al beneficio ilícito obtenido, con la finalidad de que compense la dificultad de detección. Así, debe lograrse que la multa cumpla con la función desincentivadora que le corresponde, con la finalidad de evitar que para la infractora pueda resultar más ventajoso incumplir la Ley de Represión de la Competencia Desleal y asumir la correspondiente sanción, que someterse a lo dispuesto por las normas imperativas que regulan la actividad publicitaria.

Sobre el particular, cabe precisar que en la “Guía para el cálculo de multas en materia de defensa de la competencia” elaborada por la OEE en octubre de 2014²⁷ (antes, denominada, Gerencia de Estudios Económicos), aplicable a la fecha de la presentación de la denuncia, se determinó que los actos de competencia desleal desarrollados mediante la actividad publicitaria tendrían una probabilidad alta con un valor del 84%:

Concepto	Monto	Resultado Multa
Beneficio ilícitamente obtenido / Probabilidad de detección	$\frac{[\text{CONFIDENCIAL}]}{0,84}$	[CONFIDENCIAL]

En relación con la modalidad y alcance de la conducta infractora, cabe indicar que de acuerdo con la información proporcionada por Ishop el anuncio cuestionado fue difundido a través del sitio *web*, desde el 16 de agosto de 2019 hasta el 23 de noviembre de 2021, fecha de notificación de la imputación de cargos. En atención a ello, la Comisión observa que Ishop al utilizar un medio de alcance nacional, de fácil y de permanente acceso por parte de los consumidores, en un periodo considerable, ha podido generar un alcance e impacto publicitario alto, lo que, para este Colegiado, genera un incremento en la multa base, por lo que corresponde aplicar una multa de ciento once (111) UIT.

Asimismo, cabe precisar que, debe lograrse que la multa cumpla con la función desincentivadora que le corresponde, con la finalidad de evitar que para la infractora pueda resultar más ventajoso incumplir la Ley de Represión de la Competencia Desleal y asumir la correspondiente sanción, que someterse a lo dispuesto por las normas imperativas que regulan la leal competencia. Esta función es recogida en el principio de razonabilidad de la potestad sancionadora de las entidades del Estado, previsto en el inciso 3 del artículo 248 del Decreto Supremo N° 004-2019-JUS que aprueba el Texto Único Ordenado de la Ley del Procedimiento Administrativo General, aplicable supletoriamente a los procedimientos administrativos como el presente.

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

²⁷ Revisar Cuadros 3 y 4 del documento: GEE (2014). Guía para el cálculo de multas en materia de defensa de la competencia. Disponible en: <https://www.indecopi.gob.pe/documents/474320/632733/Gu%C3%ADa%20de%20Multas%20-%20Competencia.pdf>.

Por tales motivos, la Comisión considera que en el presente caso la infracción debe ser considerada como leve, con efecto en el mercado, correspondiendo, de conformidad con el artículo 52.2 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal, aplicar una multa de ciento once (111) UIT, la misma que no supera el 10% de los ingresos obtenidos por la imputada en el ejercicio 2022.

4.8. Sobre la participación de Idom y Nouvelle Défense en la multa impuesta

En el presente caso, las denunciantes solicitaron a la Comisión que se cumpliera lo señalado en el Convenio de Cooperación Interinstitucional celebrados, con la finalidad de que puedan participar de un porcentaje de la multa que eventualmente se impusiera a la imputada.

Sobre el particular, corresponde señalar que los artículos 26 y 28 de la Directiva N° 009-2013/DIR-COD-INDECOPI y la Resolución N° 064-2004-INDECOPI/DIR, establecen que el órgano funcional competente podrá hacer partícipe de la multa impuesta a la asociación de consumidores que promueva una denuncia, analizando para tal fin la dificultad en la detección de la conducta infractora, la participación de la asociación durante el procedimiento y la gravedad de la infracción detectada.

En el presente caso, la Comisión considera que Idom y Nouvelle Défense denunciaron ante este órgano funcional una posible infracción incurrida por Ishop, desarrollando una investigación y recabando la publicidad cuestionada.

En consecuencia, la Comisión concluye que corresponde otorgar a Idom y Nouvelle Défense, es decir a cada uno, el quince por ciento (15%) de la multa impuesta en la presente resolución.

5. DECISIÓN DE LA COMISIÓN

De conformidad con lo dispuesto en los artículos 25 del Decreto Legislativo N° 1033 - Ley de Organización y Funciones del Indecopi y 25 del Decreto Legislativo N° 1044 - Ley de Represión de la Competencia Desleal, la Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal;

HA RESUELTO:

PRIMERO: Declarar **IMPROCEDENTE** el recurso de apelación presentado por Tiendas Ishop del Perú S.A.C. en contra de la Resolución de fecha 26 de octubre de 2021.

SEGUNDO: Declarar **FUNDADA EN PARTE** la denuncia presentada por Instituto del Derecho Ordenador del Mercado - Idom y Asociación Nouvelle Defense en contra de Tiendas Ishop del Perú S.A.C., por la comisión de actos de competencia desleal en la modalidad de engaño, supuesto establecido en el artículo 8 del Decreto Legislativo 1044 - Ley de Represión de la Competencia Desleal, por las razones expuestas en la parte considerativa de la presente resolución.

TERCERO: SANCIONAR a Tiendas Ishop del Perú S.A.C. con una multa de ciento once (111) Unidades Impositivas Tributarias, y **ORDENAR** su inscripción en el Registro de Infractores creado por la Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal.

CUARTO: ORDENAR a Tiendas Ishop del Perú S.A.C., en calidad de medida correctiva, el **CESE DEFINITIVO e INMEDIATO** de la difusión del anuncio infractor, y otros, en tanto informe que los equipos celulares *iPhone 11 Pro* y *11 Pro Max* son resistentes al agua y pueden permanecer hasta media hora bajo el agua a una profundidad máxima de cuatro (4) metros, pudiendo ser expuestos al agua en cualquier condición; y, ello no sea cierto.

QUINTO: DENEGAR el pedido de Instituto del Derecho Ordenador del Mercado – Idom y Asociación Nouvelle Défense para que se ordene la rectificación publicitaria; conforme a los argumentos expuestos en la parte considerativa de la presente resolución.

SEXTO: CONDENAR a Tiendas Ishop del Perú S.A.C. al pago de las costas y los costos incurridos por Instituto del Derecho Ordenador del Mercado – Idom y Asociación Nouvelle Défense en el trámite del presente procedimiento.

SÉPTIMO: OTORGAR a Instituto del Derecho Ordenador del Mercado – Idom y a Nouvelle Défense, es decir a cada uno, el quince por ciento (15%) de la multa impuesta en la presente resolución, de conformidad con lo establecido en la Resolución N° 064-2004-INDECOPI/DIR.

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

NOVENO: Conforme a lo establecido en el inciso 4 del artículo 205 del Decreto Supremo N° 004-2019-JUS -Texto Único Ordenado de la Ley del Procedimiento Administrativo General, **REQUERIR** a Tiendas Ishop del Perú S.A.C. el cumplimiento espontáneo del pago de la multa impuesta mediante la presente resolución, sin perjuicio de lo cual se le informa que la misma será puesta en conocimiento del Área de Ejecución Coactiva del Indecopi, a efectos de que ejerza las funciones que la Ley le otorga, en caso de incumplimiento.

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

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