



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

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



RESOLUCIÓN 0042-2024/SDC-INDECOPI

EXPEDIENTE 094-2021/CCD

PROCEDENCIA : COMISIÓN DE FISCALIZACIÓN DE LA COMPETENCIA DESLEAL
DENUNCIANTE : CARLOS EDUARDO VERGARA PADILLA
DENUNCIADA : TIENDAS POR DEPARTAMENTO RIPLEY S.A.C.
MATERIAS : PUBLICIDAD COMERCIAL
ACTOS CONTRA EL PRINCIPIO DE LEGALIDAD
COMPETENCIA DESLEAL
ACTIVIDAD : OTRAS ACTIVIDADES DE VENTA AL POR MENOR EN COMERCIOS NO ESPECIALIZADOS

SUMILLA: se **REVOCA** la Resolución 087-2023/CCD-INDECOPI del 11 de julio de 2023, que declaró fundada la denuncia presentada por Carlos Eduardo Vergara Padilla contra Tiendas por Departamento Ripley S.A.C. por la presunta comisión de actos de competencia desleal en la modalidad de infracción al principio de legalidad, supuesto establecido en el literal f) del numeral 17.3 del artículo 17 del Decreto Legislativo 1044, Ley de Represión de la Competencia Desleal; y, en consecuencia, se declara infundada dicha denuncia.

El fundamento de esta decisión es que los elementos recogidos en el presente procedimiento no denotan que la publicidad difundida por Ripley constituya una promoción de ventas, conforme a la definición establecida en el literal h) del artículo 59 del Decreto Legislativo 1044, Ley de Represión de la Competencia Desleal. Ello debido a que no se aprecia que los beneficios ofrecidos a través de la publicidad analizada tengan carácter temporal.

Lima, 23 de febrero de 2024

I. ANTECEDENTES

1. El 14 de julio de 2021, el señor Carlos Eduardo Vergara Padilla (en adelante, el señor Vergara) denunció a Tiendas por Departamento Ripley S.A.C. (en adelante, Ripley) ante la Secretaría Técnica de la Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal (en adelante, la Secretaría Técnica de la Comisión) por la presunta comisión de actos de competencia desleal en las modalidades de infracción a la cláusula general y actos de engaño, supuestos previstos en los artículos 6 y 8 del Decreto Legislativo 1044, Ley de Represión de la Competencia Desleal (en adelante, Ley de Represión de la Competencia Desleal)¹, respectivamente. En su denuncia, el señor Vergara manifestó lo siguiente:

¹ **DECRETO LEGISLATIVO 1044. LEY DE REPRESIÓN DE LA COMPETENCIA DESLEAL**

Artículo 6.- Cláusula general. -

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



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

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



RESOLUCIÓN 0042-2024/SDC-INDECOPI

EXPEDIENTE 094-2021/CCD

- (i) El 22 de junio de 2021, adquirió una laptop, marca HP, modelo I5-EF1019LA, tamaño 15.6", AMD Ryzen 5, 512GB, 8GB, a través de la página web de Ripley. Por esta operación se generó una orden de compra y obtuvo la confirmación de compra mediante correo electrónico; sin embargo, posteriormente, Ripley le informó que la orden de compra había sido anulada por falta de stock del producto.
 - (ii) Pese a la información brindada por Ripley sobre la falta de stock de la laptop, dicha empresa continuó publicitando y ofertando el producto en su página web sin consignar la disponibilidad del mismo, hecho que induce a error a los consumidores y a otros agentes en el mercado.
2. Mediante Resolución s/n del 24 de agosto de 2021, la Secretaría Técnica de la Comisión admitió a trámite la denuncia presentada e imputó a Ripley la presunta comisión de actos de competencia desleal en la modalidad de engaño, supuesto previsto en el artículo 8 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal, debido a que, a través de su sitio web, vendría difundiendo publicidad del producto: laptop, marca HP, modelo I5-EF1019LA 15.6", AMD Ryzen 5, 512GB, 8GB, dando a entender a los consumidores que contaría con stock disponible para acceder a la compra del referido producto, cuando en realidad ello no sería cierto².
 3. Por Resolución s/n del 17 de enero de 2022, la Secretaría Técnica de la Comisión modificó la imputación de cargos e imputó a Ripley una presunta infracción del principio de legalidad, supuesto previsto en el literal f) del numeral 17.3 del artículo 17 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal³, debido

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

Artículo 8.- Actos de engaño. -

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

² Cabe indicar que la Secretaría Técnica de la Comisión señaló que no correspondía imputar a Ripley la presunta comisión de actos de competencia desleal en la modalidad de infracción a la cláusula general, supuesto previsto en el artículo 6 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal, toda vez que esa disposición solo era aplicable cuando el hecho denunciado no se encontraba dentro del listado enunciativo de actos de competencia desleal previstos en la referida ley. Sin embargo, en dicha oportunidad, el referido órgano instructor determinó que el hecho denunciado correspondería ser analizado específicamente como un acto de engaño.

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

Artículo 17.- Actos contra el principio de legalidad. -

17.1.- Consisten en la difusión de publicidad que no respete las normas imperativas del ordenamiento jurídico que se aplican a la actividad publicitaria.



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

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



RESOLUCIÓN 0042-2024/SDC-INDECOPI

EXPEDIENTE 094-2021/CCD

a que a través de su sitio web vendría difundiendo publicidad de la referida laptop, sin consignar la indicación de la cantidad mínima de unidades disponibles del producto ofrecido⁴.

4. El 7 de marzo de 2022, Ripley presentó sus descargos, formulando los siguientes argumentos:
- (i) Los hechos materia de imputación se encuentran referidos a una presunta afectación concreta y específica causada al señor Vergara cuando adquirió un producto a través de su página web, por lo que la denuncia debe ser declarada improcedente, al no tratarse de una afectación al proceso competitivo del mercado.
 - (ii) El artículo 17 de la Ley 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor (en adelante, el Código de Consumo) y la Directiva 001-2014-TRI-INDECOPI⁵ establecen como regla que las afectaciones específicas y concretas a los consumidores como consecuencia de la publicidad comercial son competencia de los órganos resolutivos en materia de protección al consumidor.
 - (iii) Mediante Resolución 075-2016/SDC-INDECOPI del 9 de febrero de 2016, la Sala Especializada en Defensa de la Competencia (en adelante, la Sala) señaló que la infracción del literal f) del numeral 17.3 del artículo 17 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal solo puede ser analizada de manera abstracta, a fin de corroborar si existe una afectación al mercado y no un perjuicio concreto en una relación de consumo. Sin embargo, el cargo imputado no contiene elementos de juicio destinados a evaluar de manera abstracta la publicidad cuestionada, sino que se sustenta en la afectación concreta al señor Vergara.
 - (iv) Debe tenerse en cuenta que el Poder Judicial ha dictado una medida cautelar a favor de la denunciada, mediante la cual ordenó que cualquier

17.2.- Constituye una inobservancia de este principio el incumplimiento de cualquier disposición sectorial que regule la realización de la actividad publicitaria respecto de su contenido, difusión o alcance.

17.3.- En particular, en publicidad constituyen actos contra el principio de legalidad los siguientes:

(...)

f) Omitir, en cada uno de los anuncios que difundan publicidad de promociones de ventas, la indicación clara de su duración y la cantidad mínima de unidades disponibles de productos ofrecidos;

(...)

⁴ De acuerdo con los fundamentos de la resolución, la Secretaría Técnica de la Comisión consideró que el hecho denunciado se encontraba referido a que la publicidad no informaría a los consumidores que el stock del producto no se encuentra disponible para acceder a su compra, hecho que se subsumiría en la obligación del literal f) del numeral 17.3 del artículo 17 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal.

⁵ La Directiva 001-2014-TRI-INDECOPI establece la delimitación de la competencia funcional de la Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal y de los órganos resolutivos en materia de protección al consumidor, en los casos en los que la publicidad comercial confluye en el análisis de sus procedimientos.



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

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



RESOLUCIÓN 0042-2024/SDC-INDECOPI

EXPEDIENTE 094-2021/CCD

órgano resolutivo del Indecopi suspenda las acciones que tengan por objeto modificar el sistema de compras de la página web de Ripley – específicamente, en lo relacionado a la manera en que dicha empresa aplica su sistema de registro y validación de stock antes y después del cobro al consumidor–. Por ende, la resolución de imputación de cargos y cualquier multa o medida correctiva que tenga por objeto modificar su página web incurriría en un vicio de nulidad.

- (v) Sin perjuicio de lo expuesto, conforme al criterio establecido por la Sala en la Resolución 013-2021/SDC-INDECOPI del 21 de enero de 2021, el literal f) del numeral 17.3 del artículo 17 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal solo es aplicable a la publicidad de promociones de ventas, mas no a cualquier pieza publicitaria de productos ofrecidos en la página web, como sucede en el presente caso.
- (vi) El hecho de ofrecer un producto a un menor precio por adquirirlo por la página web no configura una promoción de ventas excepcional y temporal, sino una decisión comercial de la empresa de establecer un precio distinto para cada canal de venta.
- (vii) De acuerdo con lo resuelto por la Sala en la Resolución 056-2011/SC1-INDECOPI del 11 de enero de 2011, el literal f) del numeral 17.3 del artículo 17 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal debe ser interpretado de forma restrictiva, pues extender sus alcances puede reducir la dinámica competitiva del mercado y/o generar sobrecostos a los proveedores, lo cual perjudicaría a los consumidores.

5. El 6 de abril de 2022, el señor Vergara manifestó lo siguiente:

- (i) Para denunciar un acto de competencia desleal, no es necesario que el hecho cuestionado haya generado algún daño efectivo al mercado, sino que basta constatar un daño potencial.
- (ii) Se debe enfatizar que el hecho cuestionado es la publicidad difundida en la página web de Ripley, en la que se anuncia que la laptop, marca HP, modelo I5-EF1019LA, tamaño 15.6”, AMD Ryzen 5, 512GB, 8GB se encuentra disponible, pero sin brindar información sobre el stock correspondiente; lo que induce a error a los potenciales consumidores.
- (iii) La resolución de imputación de cargos y los medios probatorios adjuntos a la denuncia reflejan claramente que el hecho infractor es la difusión de publicidad sin la indicación de la cantidad mínima de unidades disponibles, pero también corresponde analizar ese hecho como un acto de engaño, ya que induce a error a los potenciales consumidores.

M-SDC-02/02

Vigencia del Modelo: 2020-03-11

4/22

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

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



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

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



RESOLUCIÓN 0042-2024/SDC-INDECOPI

EXPEDIENTE 094-2021/CCD

- (iv) De la revisión de la medida cautelar mencionada por Ripley, se debe advertir que fue dictada por el Poder Judicial en el marco de la revisión de un procedimiento de protección al consumidor⁶, el cual tiene distinta naturaleza a un procedimiento de competencia desleal; por lo que el argumento de la denunciada debe ser desestimado.
 - (v) Se debe considerar que la promoción de ventas es aquella acción destinada a incentivar la transacción de bienes en el mercado, de forma tal que estas aparecen como más ventajosas respecto de las condiciones de una oferta ordinaria.
 - (vi) Una revisión superficial del anuncio publicitario permite apreciar que no se coloca información sobre la cantidad de unidades disponibles de la laptop, hecho que no permite a los consumidores tener conocimiento de la posibilidad de acceder a la compra del producto.
 - (vii) De acuerdo con el literal f) del numeral 17.3 del artículo 17 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal, existe una clara omisión en el anuncio publicitario de Ripley, sobre la cantidad disponible del producto, lo cual induce a error a los consumidores.
6. Por Resolución 014-2022/CCD-INDECOPI del 26 de abril de 2022, la Comisión declaró improcedente la denuncia interpuesta contra Ripley por la comisión de actos de competencia desleal en la modalidad de infracción al principio de legalidad, supuesto previsto en el literal f) del numeral 17.3 del artículo 17 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal⁷. La primera instancia sustentó su pronunciamiento en los siguientes fundamentos:
- (i) De la revisión de los actuados, se observa que el hecho que sustenta la denuncia contra Ripley es la afectación que dicha empresa habría causado al denunciante por haber omitido información sobre el stock de la laptop, marca HP, modelo I5-EF1019LA, tamaño 15.6", AMD Ryzen 5, 512GB, 8GB, induciéndolo a error.
 - (ii) La situación descrita en la denuncia evidencia un interés particular del denunciante en su relación de consumo entablada con Ripley.
 - (iii) Conforme al artículo 17 del Código de Consumo y la Directiva 001-2014-TRI-INDECOPI, la Comisión no cuenta con competencia para evaluar la

⁶ En dicho procedimiento de protección al consumidor, la autoridad administrativa declaró responsable a Ripley por infracción al artículo 19 del Código de Protección al Consumidor, en tanto quedó acreditado que no cumplió con entregar el televisor Sharp Smart 70" pese a que debitó de la tarjeta del consumidor el valor de dicho producto.

⁷ Adicionalmente, la Comisión dispuso remitir los actuados al Órgano Resolutivo de Procedimientos Sumarísimos de Protección al Consumidor N° 3.



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

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



RESOLUCIÓN 0042-2024/SDC-INDECOPI

EXPEDIENTE 094-2021/CCD

conducta imputada contra Ripley, en la medida de que el hecho denunciado configura una afectación a las normas de protección al consumidor.

7. El 19 de mayo de 2022, el señor Vergara apeló la Resolución 014-2022/CCD-INDECOPI, en virtud de los siguientes argumentos:
- (i) El artículo segundo de la Directiva 001-2014-TRI-INDECOPI⁸ establece que la Comisión es el órgano competente para iniciar procedimientos como consecuencia de denuncias que se sustenten exclusivamente en material publicitario y no se invoque la afectación a una relación de consumo.
 - (ii) El material publicitario en cuestión transgrede el literal f) del numeral 17.3 del artículo 17 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal, pues omite información sobre la cantidad mínima de unidades disponibles de la laptop publicitada, lo cual originó que los consumidores se generen falsas expectativas.
 - (iii) La denuncia se encuentra debidamente sustentada en la publicidad difundida por Ripley. Además, se debe tener presente que el denunciante también solicitó, como medida correctiva, que la denunciada deje de realizar actos de publicidad engañosa en el mercado, lo cual difiere de una medida correctiva por vulneración a las normas de protección al consumidor, en cuyo caso hubiera solicitado que se le entregue la laptop en cuestión o una de similares características.
 - (iv) En ningún extremo de su denuncia citó normas de protección al consumidor, ya que el hecho denunciado es la publicidad difundida por Ripley en su página web, lo cual guarda relación con la protección del proceso competitivo en el mercado y no con la salvaguarda de sus intereses particulares.
 - (v) Para acreditar un acto de competencia desleal, no es necesario verificar que hubo un daño efectivo al mercado, sino que basta con un daño potencial en perjuicio de otro concurrente, los consumidores o el orden público económico, lo cual sucede en el presente caso con la publicidad difundida por Ripley que induce a error a los potenciales consumidores.

⁸

DIRECTIVA Nº 001-2014-TRI-INDECOPI. DELIMITACIÓN DE LA COMPETENCIA FUNCIONAL DE LA COMISIÓN DE FISCALIZACIÓN DE LA COMPETENCIA DESLEAL Y LOS ÓRGANOS RESOLUTIVOS EN MATERIA DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR, EN LOS CASOS EN LOS QUE LA PUBLICIDAD COMERCIAL CONFLUYE EN EL ANÁLISIS DE SUS PROCEDIMIENTOS.

Artículo Segundo: La Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal es el órgano competente para iniciar procedimientos como consecuencia de denuncias por infracción al principio de veracidad en publicidad recogido en el artículo 8 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal cuando la imputación se sustenta exclusivamente en material publicitario y no se invoca la afectación a una relación de consumo en concreto.

M-SDC-02/02

Vigencia del Modelo: 2020-03-11

6/22

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

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



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

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



RESOLUCIÓN 0042-2024/SDC-INDECOPI

EXPEDIENTE 094-2021/CCD

8. El 1 de septiembre de 2022, Ripley absolvió el recurso de apelación interpuesto por el señor Vergara, reiterando los argumentos planteados en sus descargos.
9. Por Resolución 0141-2022/SDC-INDECOPI del 4 de octubre de 2022, la Sala declaró la nulidad de la resolución de primera instancia y, en consecuencia, le ordenó que emita un nuevo pronunciamiento. La Sala sustentó su decisión en los siguientes fundamentos:
 - (i) Si bien el presunto acto de competencia desleal denunciado por el señor Vergara toma como referencia lo sucedido a dicha persona cuando pretendió adquirir el producto anunciado por Ripley, se advierte que su denuncia está orientada a cuestionar —en sí misma— la publicidad difundida por Ripley a través de su página web, por cuanto en ella se habría omitido la información sobre la cantidad mínima de unidades disponibles del producto.
 - (ii) Conforme a la imputación de cargos efectuada por el órgano instructor, el hecho denunciado por el señor Vergara se encuentra referido a un presunto incumplimiento por parte de Ripley respecto de las normas aplicables a la difusión de la publicidad en el mercado, por lo que dicho acto corresponde ser sometido a la autoridad de represión de la competencia desleal.
 - (iii) El hecho de que la difusión de la publicidad del producto en cuestión haya podido, eventualmente, causar una afectación concreta y específica al señor Vergara, no implica que la Comisión esté imposibilitada de conocer los posibles actos de competencia desleal que se produzca con la difusión de dicha publicidad en el mercado, de conformidad con lo previsto en la Segunda Disposición Complementaria Final de la Ley de Represión de la Competencia Desleal⁹.
10. Mediante Resolución s/n del 22 de noviembre de 2022, la Secretaría Técnica de la Comisión se avocó al conocimiento del presente procedimiento, de conformidad con el mandato de la Sala.
11. Mediante escrito del 9 de enero de 2023, Ripley reiteró los argumentos expuestos en su contestación y agregó lo siguiente:

⁹

**DECRETO LEGISLATIVO 1044. LEY DE REPRESIÓN DE LA COMPETENCIA DESLEAL
SEGUNDA DISPOSICIÓN COMPLEMENTARIA FINAL.- Derechos de los consumidores.-**

Los actos de competencia desleal prohibidos por esta Ley son sancionados independientemente de la afectación directa que pudieran producir en perjuicio de los derechos de los consumidores. En caso existan consumidores afectados como consecuencia de un acto de competencia desleal, corresponderá a la autoridad competente en materia de protección al consumidor, aplicar las disposiciones que tutelan tales derechos según la ley de la materia.

M-SDC-02/02

Vigencia del Modelo: 2020-03-11

7/22

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

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



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

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



RESOLUCIÓN 0042-2024/SDC-INDECOPI

EXPEDIENTE 094-2021/CCD

- (i) No existen medios probatorios destinados a un análisis abstracto de la publicidad cuestionada, pues el único elemento que ha sido presentado es la captura de pantalla de la publicidad, lo cual no sería suficiente para evaluar el acto de competencia desleal cuestionado, en tanto no estaría acompañado de mayores elementos de juicio.
 - (ii) El hecho cuestionado no encaja en el tipo infractor denunciado debido a que la pieza publicitaria no constituye una “promoción de ventas”. Dicha publicidad no refleja una oferta excepcional ni está sometida a un marco temporal, sino que muestra la forma usual en la que oferta sus productos a través de la web; además, el descuento en el precio y los accesorios de regalo no serían beneficios excepcionales.
 - (iii) Es usual que en el e-commerce los proveedores ahorren diversos costos en comparación con los canales físicos; por tanto, dicho ahorro suele ser trasladado a los consumidores a través de menores precios u obsequios de accesorios del producto.
12. En fechas 16 de febrero y 22 de marzo de 2023, el señor Vergara y Ripley, respectivamente, presentaron escritos reiterando los alegatos expuestos anteriormente.
 13. El 13 de marzo de 2023 se llevó a cabo la audiencia de informe oral ante la primera instancia, donde las partes expusieron los argumentos desarrollados en sus escritos durante el procedimiento.
 14. En fechas 20 y 27 de junio de 2023, el señor Vergara y Ripley, respectivamente, presentaron sus alegatos finales reiterando los argumentos desarrollados durante el procedimiento. En particular, Ripley mencionó que la publicidad en cuestión no ha ocasionado efectos negativos en el mercado.
 15. Por Resolución 087-2023/CCD-INDECOPI del 11 de julio de 2023, la Comisión declaró fundada la denuncia interpuesta contra Ripley por la comisión de actos de competencia desleal en la modalidad de infracción al principio de legalidad. Asimismo, dicho órgano sancionó a la imputada con una amonestación; le ordenó el cumplimiento de una medida correctiva¹⁰, el pago de las costas y costos incurridos por el señor Vergara; y, dispuso su inscripción en el Registro de Infractores, creado por la Comisión. La decisión de la primera instancia se sustentó en los siguientes fundamentos:

¹⁰ Esta medida correctiva consistió en el cese definitivo e inmediato de la difusión de la publicidad materia de imputación, en tanto no informe a los consumidores la cantidad mínima de unidades disponibles de la promoción anunciada.



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

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



RESOLUCIÓN 0042-2024/SDC-INDECOPI

EXPEDIENTE 094-2021/CCD

Sobre la infracción al principio de legalidad

- (i) La exigencia de consignar las unidades disponibles de los productos ofrecidos y la duración de las promociones de ventas busca trasladar al consumidor información relevante respecto de las probabilidades que tiene de acceder a una promoción.
- (ii) Del análisis integral y superficial de la publicidad analizada, la Comisión considera que los elementos allí consignados concuerdan con las características descritas en la definición de “promoción de ventas” establecida en la Ley de Represión de la Competencia Desleal.
- (iii) La publicidad constituye una oferta excepcional debido a la reducción de precios y el otorgamiento de regalos por la compra del producto ofertado, situación que difiere de una oferta ordinaria o estándar.
- (iv) La imputada no ha presentado algún medio probatorio que demuestre que las condiciones ofrecidas han sido permanentes en el tiempo. Además, la oferta anunciada no se trataba de una permanente; por el contrario, tenía un tiempo límite –esto es, hasta que se agotara el stock, oportunidad en la que la publicidad debió ser eliminada de la página web de Ripley–.
- (v) Conforme a lo indicado en la Resolución 141-2022/SDC-INDECOPI, la presunta infracción cuestionada no consiste en la anulación de la orden de compra o la afectación específica sufrida por el señor Vergara, sino el hecho de que Ripley habría continuado difundiendo el producto en cuestión en su página web sin consignar el stock disponible.
- (vi) De la revisión de la publicidad, no se advierte que la imputada haya informado sobre la cantidad de stock disponible del producto publicitado en la promoción. Por consiguiente, Ripley transgredió el literal f) del numeral 17.3 del artículo 17 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal.

Respecto a la graduación de la sanción

- (vii) La infracción verificada por la difusión de la publicidad a través de la página web de la imputada no produce una afectación real en el mercado, en la medida en que la omisión de la indicación de las unidades disponibles no conllevaría una consecuencia al consumidor, puesto que el proveedor se encuentra en la obligación de otorgar al consumidor el producto o servicio de acuerdo con las condiciones difundidas, en virtud de lo dispuesto en la Ley 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor.



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

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



RESOLUCIÓN 0042-2024/SDC-INDECOPI

EXPEDIENTE 094-2021/CCD

- (viii) Con relación a la modalidad y alcance de la infracción, así como a la duración de esta, la Comisión indicó que la pieza publicitaria analizada ha tenido un impacto publicitario bajo; toda vez que fue difundida a través de un sitio web al que solo acceden las personas que conocen la página web de la imputada.
 - (ix) Con relación a la naturaleza de la infracción, debe considerarse que el anuncio infractor pudo haber defraudado las expectativas de los consumidores respecto del producto publicitado, quienes pudieron adoptar decisiones de consumo que no habrían sido adecuadas a sus intereses, basándose en la información difundida por la imputada.
 - (x) En base a lo anterior, se debe considerar a la infracción detectada como leve y sin efecto en el mercado. Por tanto, según lo establecido en el numeral 52.1 del artículo 52 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal, corresponde imponer una sanción de amonestación.
16. El 14 de agosto de 2023, Ripley apeló la Resolución 087-2023/CCD-INDECOPI, en virtud de los siguientes argumentos:
- (i) El motivo de fondo de la denuncia es la falta de entrega del producto por haberse agotado el stock, cuestionamiento que no puede ser analizado por la autoridad de competencia desleal.
 - (ii) No debe considerarse a la omisión de consignar el stock de productos como una infracción, más aún cuando el denunciante no cuestionó la falta de acceso a los beneficios asignados al producto, sino reclamó la falta de inventario o entrega del mismo.
 - (iii) La Comisión no ha valorado elementos probatorios adicionales que permitan determinar si la conducta cometida infringe el principio de legalidad.
 - (iv) La publicidad en cuestión no es una “promoción de ventas”, sino más bien se trata de un anuncio ordinario de un producto en el sitio web de Ripley.
 - (v) Los beneficios otorgados por la adquisición del producto son de forma permanente (mientras exista stock del producto), lo cual es usual en la venta a través de canales digitales, medio que le permite generar eficiencias que puede trasladar a los consumidores. Al respecto, la Comisión ha reconocido, en un anterior pronunciamiento¹¹, que los

¹¹ La apelante indicó que el referido criterio fue desarrollado en la Resolución 009-2023/CCD-INDECOPI.



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

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



RESOLUCIÓN 0042-2024/SDC-INDECOPI

EXPEDIENTE 094-2021/CCD

beneficios otorgados de forma permanente no constituyen “promoción de ventas”.

- (vi) Dado que no ha cometido alguna infracción, no corresponde la imposición de alguna sanción, medida correctiva o el pago de costas y costos en beneficio del denunciante.
- (vii) Reiteró que cualquier medida correctiva vinculada al stock de los productos implicaría un desacato a lo ordenado por el Poder Judicial. Lo anterior, dado que cuenta con una como medida cautelar, para que se suspendan las acciones que tengan por objeto modificar el sistema de compras del sitio web de Ripley, en lo relacionado a la manera en que viene aplicando su sistema de registro y validación del stock antes y después del cobro al consumidor.

17. El 27 de noviembre de 2023, el señor Vergara presentó sus descargos a la apelación formulada por Ripley, reiterando que en ninguna parte de la publicidad se consigna el stock de los productos promocionados.

18. El 20 de diciembre de 2023 Ripley reiteró sus argumentos, agregando lo siguiente:

- (i) El tipo infractor establecido en el literal f) del numeral 17.3 del artículo 17 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal debe ser interpretado de forma restrictiva, pues extender sus alcances podría reducir la dinámica competitiva.
- (ii) El anuncio cuestionado no constituye una publicidad comercial, ya que únicamente califican como publicidad aquellos anuncios cuyo objetivo sea persuadir a los consumidores a adquirir un producto o contratar un servicio y así incentivar la venta de estos. Sobre el particular, de la evaluación de la pieza publicitaria analizada, se advierte que la información contenida acerca del producto comercializado por la imputada no tiene como finalidad incentivar su adquisición. Ello, pues en el anuncio no se consignan elementos ni características atractivas a los consumidores con el objetivo de influenciar su compra.
- (iii) El producto objeto del anuncio analizado en el presente procedimiento (que se encontraba en su catálogo web) no fue anunciado de manera vistosa, ni con elementos llamativos; siendo que el referido anuncio no posee frases que capten la atención, elementos visuales, ni descripciones del producto con vocación persuasiva. Por el contrario, se observa que la información consignada resulta estrictamente neutra, en tanto que se indica únicamente las características, descripción y precio del producto.

M-SDC-02/02

Vigencia del Modelo: 2020-03-11

11/22

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

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



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

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



RESOLUCIÓN 0042-2024/SDC-INDECOPI

EXPEDIENTE 094-2021/CCD

- (iv) El anuncio cuestionado no califica como “promoción de ventas” ya que Ripley siempre ofrece —sin restricciones temporales— regalos y descuentos por la adquisición del producto objeto de la publicidad cuestionada. Ello debido a que dichos beneficios reflejan la eficiencia del canal de ventas electrónicas.
- (v) Los beneficios adicionales no están sujetos a un límite temporal, por lo que no configuran una oferta excepcional que pueda calificar como “promoción de ventas”. Como ya mencionó, dichos beneficios están permanentemente disponibles para los consumidores siempre que la compra se realice por el canal web.
- (vi) El cumplimiento del principio de legalidad publicitaria no es exigible respecto de cualquier estrategia publicitaria que fomente la adquisición de bienes o servicios a través de beneficios, sino únicamente respecto de las promociones de ventas. En ese sentido, la Comisión ha infringido el principio de tipicidad, toda vez que la conducta sancionada no constituye una infracción al literal f) del numeral 17.3 del artículo 17 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal. Ello, dado que no se ha materializado la conducta reprimida por dicho tipo infractor, que exige para su configuración estar ante: (i) una publicidad comercial y (ii) una promoción de ventas.

II. CUESTIONES EN DISCUSIÓN

19. De acuerdo con lo expuesto, corresponde a la Sala determinar lo siguiente:

- (i) si Ripley infringió el principio de legalidad; y,
- (ii) de ser el caso, si corresponde confirmar la sanción, la medida correctiva, el mandato de inscripción en el Registro de Infractores creado por la Comisión, así como, el pago de las costas y costos a favor del señor Vergara.

III. ANÁLISIS DE LAS CUESTIONES EN DISCUSIÓN

III.1. Cuestiones previas

III.1.1. Sobre el cuestionamiento a la aplicación de la Ley de Represión de la Competencia Desleal al presente caso

20. En apelación Ripley mencionó que el motivo de fondo de la denuncia es la falta de entrega del producto por haberse agotado el stock y que dicha conducta no



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

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



RESOLUCIÓN 0042-2024/SDC-INDECOPI

EXPEDIENTE 094-2021/CCD

correspondería ser analizada por la autoridad de fiscalización de competencia desleal.

21. Al respecto, resulta pertinente indicar que la Sala, mediante la Resolución 141-2022/SDC-INDECOPI, recaída en el presente expediente, ya se ha pronunciado con relación a dicho argumento, manifestando lo siguiente:

“Esta Sala considera que, si bien el presunto acto de competencia desleal denunciado por el señor Vergara toma como referencia lo sucedido a dicha persona cuando pretendió adquirir el producto anunciado por Ripley, se aprecia que esta denuncia está orientada a cuestionar -en sí misma- la publicidad difundida por Ripley a través de su página web, por cuanto en ella se habría omitido la información sobre la cantidad mínima de unidades disponibles del producto, lo cual fue reiterado por el señor Vergara en su escrito de apelación.

En efecto, los términos de la denuncia formulada por el señor Vergara permiten apreciar que la presunta infracción cuestionada no consiste en la anulación de su orden de compra o la afectación específica sufrida por dicho administrado, sino que lo denunciado es el hecho de que Ripley habría continuado difundiendo el producto en cuestión en su página web sin consignar el stock disponible. De este modo, la presunta infracción denunciada por el señor Vergara implica una evaluación de la publicidad en sí misma, al margen de los efectos concretos que se habrían causado al denunciante

(...)

En el presente caso, es importante reiterar que el hecho de que la difusión de la publicidad del producto en cuestión haya podido eventualmente causar una afectación concreta y específica al señor Vergara, no implica que la Comisión esté imposibilitada de conocer los posibles actos de competencia desleal que se produzcan con la difusión de dicha publicidad en el mercado, de acuerdo con lo establecido en la Segunda Disposición Complementaria Final de la Ley de Represión de la Competencia Desleal, en concordancia con el artículo 17 del Código de Consumo.

(...)”

22. En ese sentido, considerando que este colegiado, en el presente procedimiento, ya ha señalado que las autoridades de fiscalización de competencia desleal — la Comisión y esta Sala— sí son competentes para conocer la conducta imputada bajo los alcances la Ley de Represión de la Competencia Desleal; corresponde reiterar lo señalado en la Resolución 141-2022/SDC-INDECOPI, estándose al análisis efectuado en dicha oportunidad.

III.1.2. Sobre la presunta insuficiencia probatoria para analizar el presente caso

23. En apelación, Ripley adujo que no existirían medios probatorios destinados a acreditar la presunta infracción, siendo la captura de imagen de la publicidad cuestionada la única evidencia.



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

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



RESOLUCIÓN 0042-2024/SDC-INDECOPI

EXPEDIENTE 094-2021/CCD

24. Sobre el particular, corresponde mencionar que en el presente caso la presunta infracción materia de análisis es aquella tipificada en el literal f) del numeral 17.3 del artículo 17 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal¹², según la cual constituye un acto de competencia desleal bajo la modalidad de infracción al principio de legalidad, omitir en cada uno de los anuncios en los que se difunda la publicidad de promociones de ventas, la indicación clara de su duración y la cantidad mínima de unidades disponibles de los productos ofrecidos.
25. Por tanto, conforme ha indicado esta Sala en pronunciamientos previos¹³, a fin de verificar la infracción al principio de legalidad contenido en la norma anteriormente indicada, resulta pertinente revisar precisamente el anuncio publicitario que difunde una “promoción de ventas” para determinar —sobre la base de la información que se consigna en dicha pieza publicitaria— si se indica de manera clara para el consumidor, el stock mínimo y la duración de la promoción publicitada.
26. Al respecto, cabe precisar que el tipo infractor analizado en el presente procedimiento exige que se analice si en cada uno de los anuncios que difundan publicidad de promociones de ventas, se ha consignado la referida información (stock mínimo y duración). En ese sentido, al momento de verificar la presunta comisión del hecho infractor imputado, se debe analizar si el anuncio materia de imputación —en particular— cuenta con dicha información, no siendo determinante la data que pueden contener otras piezas publicitarias (u otras fuentes de información de Ripley) para resolver acerca de la comisión de la infracción imputada.
27. De acuerdo con lo anterior, al haberse analizado si el anuncio materia de imputación cuenta con la información exigida por el literal f) del numeral 17.3 del artículo 17 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal, corresponde desestimar lo planteado en este punto por la denunciada.

III.2. Sobre la naturaleza del anuncio cuestionado

28. Ripley manifestó que la publicación cuestionada no califica como publicidad comercial ya que únicamente están bajo dicha categoría los anuncios cuyo objetivo sea persuadir a los consumidores a adquirir un producto o contratar un servicio —y así incentivar la venta de estos—. Agregó que, en ese sentido, de la evaluación del medio probatorio se advierte que la información que contiene acerca del producto comercializado por la denunciada no tiene como finalidad

¹² Ver nota al pie 3 de la presente resolución.

¹³ Al respecto, ver las Resoluciones 141-2021/SDC-INDECOPI y 124-2023/SDC-INDECOPI.

incentivar su adquisición. Ello, pues en la publicación examinada no se consignan elementos ni características atractivas a los consumidores con el objetivo de influenciar su compra.

29. En este punto, también manifestó que el producto no fue anunciado de manera vistosa, ni con elementos llamativos, pues no posee frases que capten la atención, elementos visuales ni descripciones del producto con vocación persuasiva. Además, señaló que, por el contrario, se observa que la información consignada resulta estrictamente neutra, indicando únicamente las características, descripción y precio del producto.
30. Al respecto, en atención a los argumentos expuestos corresponde que este colegiado evalúe si la imagen de la captura de pantalla del sitio web de la imputada califica como publicidad.
31. La captura de pantalla que para la primera instancia constituyó el anuncio publicitario imputado es la siguiente:



32. En ese sentido, considerando el cuestionamiento de la imputada, corresponde determinar si el anuncio que se aprecia en la referida captura de pantalla del sitio web de Ripley califica como publicidad. Para ello, se debe tomar en cuenta la definición establecida en el literal d) del artículo 59 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal.

Decreto Legislativo 1044 – Ley de Represión de la Competencia Desleal

Artículo 59.- Definiciones

Para efectos de esta Ley se entenderá por:

(...)

“d) **Publicidad:** a toda forma de comunicación difundida a través de cualquier medio o soporte, y objetivamente apta o dirigida a promover, directa o indirectamente, la imagen, marcas, productos o servicios de una persona, empresa o entidad en el ejercicio de su actividad comercial, industrial o profesional, en el marco de una actividad de



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

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



RESOLUCIÓN 0042-2024/SDC-INDECOPI

EXPEDIENTE 094-2021/CCD

conurrencia, promoviendo la contratación o la realización de transacciones para satisfacer sus intereses empresariales;"

(Subrayado agregado)

33. De acuerdo con lo anterior, se considerará publicidad a toda aquella comunicación difundida a través de cualquier medio o soporte y que tenga como objetivo persuadir a los consumidores a adquirir un determinado producto o contratar un servicio, en el marco de una actividad de concurrencia.
34. Teniendo ello en consideración, el elemento esencial que definirá que un determinado acto comunicacional sea publicidad es su vocación y aptitud para incentivar las ventas del producto o servicio anunciado¹⁴. Así, para que un acto comunicacional sea considerado como publicidad, se deberá analizar si exalta y/o enfatiza las características de un determinado producto o servicio, de modo que puedan resultar notorias para los consumidores, a fin de promover su contratación o compra.
35. Adicionalmente, toda actividad publicitaria sujeta al ámbito de la Ley de Represión de la Competencia Desleal debe estar dirigida a mantener o incrementar el propio posicionamiento del agente anunciante, a través de la utilización de elementos llamativos y/o técnicas de marketing que incentiven la compra del producto o servicio publicitado¹⁵.
36. Ahora bien, de la captura de pantalla del sitio web de Ripley, se aprecia lo siguiente respecto del anuncio de la laptop, marca HP, modelo I5-EF1019LA, tamaño 15.6", AMD Ryzen 5, 512GB, 8GB:
 - (i) Incluye la palabra "regalo" escrita en letras mayúsculas y ubicada en la parte central del anuncio. Debajo de dicha palabra están las palabras "Mouse Inalámbrico HP 250", al costado de la imagen de un mouse. Todo ello, en la parte inferior de la imagen de una laptop, que sería el producto ofertado.
 - (ii) Se indica que el producto cuenta con "descuento" respecto del precio "normal" —el monto del precio consignado en negritas—, si la compra se realiza por internet.
 - (iii) Se señala un descuento adicional en el precio de internet usando tarjeta Ripley (la palabra precio consignado en negritas).

¹⁴ Al respecto, ver la Resolución 181-2021/SDC-INDECOPI.

¹⁵ Al respecto, ver las Resoluciones 738-2012/SC1-INDECOPI, 1171-2012/SC1-INDECOPI y 0024-2020/SDC-INDECOPI.



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

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



RESOLUCIÓN 0042-2024/SDC-INDECOPI

EXPEDIENTE 094-2021/CCD

37. Del análisis del anuncio mencionado, la Sala advierte que la información consignada —en su conjunto— está orientada a persuadir a los consumidores en adquirir la referida laptop.
38. Asimismo, el hecho de que se aprecien descuentos y la promesa de regalos, a través de elementos que resaltan en el anuncio, permiten concluir objetivamente que está dirigida a promover que los consumidores queden influenciados con lo publicitado y pretendan realizar su compra.
39. En ese sentido, esta Sala considera que la información consignada en el anuncio califica como publicidad, en los términos de la Ley de Represión de la Competencia Desleal, en tanto busca atraer la atención y promover la adquisición del producto en los consumidores. En consecuencia, corresponde desestimar el argumento de Ripley en este extremo.

III.3. Sobre la infracción al principio de legalidad

40. El numeral 17.1 del artículo 17 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal establece que los anunciantes, al realizar la difusión de sus anuncios, deben respetar las normas imperativas del ordenamiento jurídico que se aplican a la actividad publicitaria, en cuanto a su contenido y alcances¹⁶.
41. En particular, el literal f) del numeral 17.3 del artículo 17 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal¹⁷ establece que constituye un acto de competencia desleal bajo la modalidad de infracción al principio de legalidad, omitir en cada uno de los anuncios en los que se difunda la **publicidad de promociones de ventas, la indicación clara de su duración y la cantidad mínima de unidades disponibles de los productos ofrecidos.**
42. La exigencia antes indicada busca trasladar al consumidor información relevante respecto de las restricciones cuantitativas y de temporalidad de la promoción. De esta forma, mediante la difusión de este tipo de información, un consumidor conocerá la verdadera magnitud de las ofertas y promociones publicitadas y podrá calcular las posibilidades que tiene de adquirir o contratar los productos o servicios anunciados.
43. Por consiguiente, basta que un anuncio publicitario que difunde una “promoción de ventas” no indique o consigne de manera clara para el consumidor, el stock

¹⁶ **DECRETO LEGISLATIVO 1044. LEY DE REPRESIÓN DE LA COMPETENCIA DESLEAL**

Artículo 17.- Actos contra el principio de legalidad

17.1.- Consisten en la difusión de publicidad que no respete las normas imperativas del ordenamiento jurídico que se aplican a la actividad publicitaria.

(...)

¹⁷ Ver nota al pie 3 de la presente resolución.



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

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



RESOLUCIÓN 0042-2024/SDC-INDECOPI

EXPEDIENTE 094-2021/CCD

mínimo y la duración aplicables, para que se genere una infracción al principio de legalidad.

III.3.1. Aplicación al caso concreto

44. De un análisis superficial e integral del anuncio en cuestión, se observa que Ripley ofreció descuentos y regalos por la compra de una laptop, marca HP, modelo I5-EF1019LA 15.6”, AMD Ryzen 5, 512GB, 8GB, a través de su canal de ventas digital y el uso de la tarjeta Ripley.
45. En apelación, Ripley manifestó que siempre (es decir, sin restricciones temporales) ofrece beneficios como regalos y/o descuentos por la adquisición de productos a través de su canal de ventas digital —como la laptop objeto de la publicidad cuestionada—. Ello debido a que dichos beneficios reflejan la eficiencia de dicho canal de ventas.
46. También resaltó que aquellos beneficios no están sujetos a un límite temporal, agregando que —por dicho motivo— no configuran una “promoción de ventas”; sino que están permanentemente disponibles para los consumidores.
47. Conforme se puede apreciar, Ripley está cuestionando que se haya considerado al anuncio objeto de imputación como una promoción de ventas; indicando que los beneficios ofrecidos por la adquisición de la laptop correspondiente a dicho anuncio no cumplirían con ser temporales y excepcionales.
48. Al respecto, cabe indicar que el literal d) del artículo 59 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal define lo que debe entenderse como promoción de ventas para efectos de la referida ley, en los siguientes términos:

Decreto Legislativo 1044 – Ley de Represión de la Competencia Desleal

Artículo 59.- Definiciones

Para efectos de esta Ley se entenderá por:

(...)

“h) Promoción de ventas: a toda aquella acción destinada a incentivar la transacción sobre bienes o servicios en condiciones de oferta excepcionales y temporales, que aparecen como más ventajosas respecto de las condiciones de la oferta ordinaria o estándar. Puede consistir en reducción de precios, incremento de cantidad, concursos, sorteos, canjes u otros similares;¹⁸”

¹⁸ A modo referencial, también es conveniente traer a colación lo indicado por la Comisión en su precedente de observancia obligatoria establecido mediante Resolución 186-2021/CCD-INDECOPI del 5 de octubre de 2021, a través del cual señaló que “cuando un agente económico desarrolla o ejecuta una promoción de ventas constituida por un descuento de precio o porcentaje de este, o alguna modalidad equivalente, debe cumplir con que sea excepcional y temporal, así como con que sea calculado o referenciado respecto de la oferta ordinaria o estándar, de lo contrario estaría desnaturalizando el concepto mismo de promoción de ventas (...)”.



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

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



RESOLUCIÓN 0042-2024/SDC-INDECOPI

EXPEDIENTE 094-2021/CCD

(Subrayado agregado)

49. En atención a los argumentos presentados en apelación por Ripley, corresponde que este colegiado evalúe si el anuncio objeto de la imputación califica como una promoción de ventas y, por ende, si se encuentra sujeto a la exigencia derivada del literal f) del numeral 17.3 del artículo 17 del Decreto Legislativo 1044, Ley de Represión de la Competencia Desleal. Para ello, resulta necesario verificar que las condiciones de oferta del producto indicadas en la referida publicidad sean: (i) excepcionales y (ii) temporales.
50. Sobre el particular conforme se indicó, de la publicidad materia de análisis, correspondiente a una laptop, marca HP, modelo I5-EF1019LA, tamaño 15.6”, AMD Ryzen 5, 512GB, 8GB, es posible identificar los siguientes elementos:
- (i) Incluye el término “regalo”, haciendo referencia a la entrega de un mouse inalámbrico por la compra por internet del referido producto.
 - (ii) El producto tiene un “descuento” respecto del precio “normal”, si la compra se realiza por internet.
 - (iii) El producto tiene un descuento adicional en el precio de internet, usando la tarjeta Ripley.
51. En lo relacionado con la condición excepcional de la oferta, se aprecia —de los elementos mencionados en el numeral previo— que, Ripley, para la adquisición de la referida laptop mediante el canal de compras digital y con la tarjeta Ripley, ofrece descuentos y un regalo, haciendo a dicha oferta más ventajosa para los consumidores que la oferta ordinaria o estándar del mencionado producto.
52. En efecto, conforme se observa de la publicidad objeto de la imputación, se comunicaba a los consumidores que la adquisición de la laptop marca HP, modelo I5-EF1019LA, tamaño 15.6”, AMD Ryzen 5, 512GB, 8GB, mediante el canal de compras digitales de Ripley y el uso de su tarjeta, les permitía acceder al beneficio de un descuento sobre el precio original —correspondiente a la oferta ordinaria— y a llevarse un mouse inalámbrico adicional.
53. De acuerdo con lo anterior, se evidencia que la oferta contenida en la publicidad objeto de la imputación cumple con la primera condición para ser considerada como una promoción de ventas, es decir, que tenga el carácter de excepcional.
54. En lo relacionado con la condición temporal, la Comisión indicó que la oferta anunciada no se trataba de una oferta permanente; sino que, por el contrario, tenía un tiempo límite —esto es, hasta que se agotara el stock, oportunidad en que la publicidad debió ser eliminada de la página web de Ripley—.
55. Por su parte, con relación a tal condición, Ripley refirió que los beneficios que ofrece están permanentemente disponibles para los consumidores, cuando los



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

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



RESOLUCIÓN 0042-2024/SDC-INDECOPI

EXPEDIENTE 094-2021/CCD

productos son adquiridos por medio de su página web. En tal sentido, indicó que se debe considerar lo reconocido por la Comisión en un anterior pronunciamiento¹⁹, en el que concluyó que los beneficios otorgados de forma permanente no constituyen “promoción de ventas”.

56. Sobre el particular, corresponde resaltar que la Ley de Represión de la Competencia Desleal establece que una publicidad puede ser considerada como una promoción de ventas siempre que las condiciones más beneficiosas ofrecidas sean (i) excepcionales y (ii) temporales. En particular, para que se cumpla este último elemento, las condiciones de venta más favorables (excepcionales) deben tener una duración distinta y diferenciable a la oferta ordinaria del referido producto.
57. En ese sentido, considerando que el carácter temporal es un elemento concurrente (y por tanto, adicional a la excepcionalidad), cuya verificación es necesaria para identificar si un acto comercial que incentiva las adquisiciones de los consumidores se encuentra dentro de la definición prevista en el literal h) del artículo 59 de la Ley de Ley de Represión de la Competencia Desleal —es decir, si es una promoción de ventas—, no podríamos considerar que se cumple con este requisito (temporalidad) si la supuesta promoción de ventas tiene la misma duración que la oferta ordinaria del producto.
58. Cabe resaltar que interpretar lo contrario implicaría desconocer que se ha establecido a la temporalidad como un elemento adicional a la excepcionalidad y asumir incorrectamente que basta con identificar algún beneficio adicional (excepcionalidad) para concluir que nos encontramos ante dicho tipo de promociones.
59. Asimismo, que haya una determinada cantidad de existencias no es un aspecto exclusivo de las promociones de ventas, pues las ofertas ordinarias o regulares de una mercancía también pueden estar sujetas a la disponibilidad de las unidades respectivas, sin que esto implique una temporalidad especial. El hecho de que los productos ofrecidos publicitariamente estén sujetos a un eventual agotamiento de las cantidades disponibles no significa, necesariamente, que lo anunciado sea de carácter temporal, es decir, que tenga una duración diferenciable a la oferta regular (pues esta última, también puede estar sujeta a las mismas limitaciones de stock)²⁰.

¹⁹ Ver nota al pie 11 de la presente resolución.

²⁰ Una interpretación contraria generaría que los agentes económicos siempre tengan que consignar la duración y stock de sus productos, cuando ofrezcan algún beneficio adicional, aun cuando dicho beneficio siempre haya sido parte de su estrategia de negocio (como los descuentos por compras por internet).



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

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



RESOLUCIÓN 0042-2024/SDC-INDECOPI

EXPEDIENTE 094-2021/CCD

60. Ahora bien, al analizar específicamente la publicidad cuestionada en el presente caso, no se aprecia algún elemento o indicio que permita demostrar que los beneficios ofrecidos tengan alguna característica temporal, en los términos indicados²¹. Esto difiere, por ejemplo, de situaciones donde del propio anuncio u otras circunstancias complementarias, permiten apreciar que se trata de un beneficio por un evento o celebración especial, así como una venta especial o remate en la parte final del periodo durante el cual se efectuó la oferta regular del producto anunciado.
61. En efecto, este colegiado considera que el hecho de que la laptop objeto de la publicidad tenga un stock limitado no sustenta, por sí mismo, que la oferta anunciada tenga un carácter temporal. A esto se debe sumar a la falta de elementos adicionales que denoten un carácter temporal en la respectiva oferta y lo señalado por la propia Ripley con relación a que los beneficios ofrecidos son brindados de forma permanente para las adquisiciones efectuadas en ese canal de ventas (operaciones por internet).
62. En consecuencia, este colegiado advierte que —en el marco del presente procedimiento sancionador— no resulta posible calificar el anuncio publicitado por Ripley como una “promoción de ventas”, en los términos de la Ley de Represión de la Competencia Desleal, debido a que no se ha acreditado el requisito de la temporalidad. Siendo así, no podría sancionarse a la empresa imputada por haber incurrido en la infracción recogida en el literal f) del numeral 17.3 del artículo 17 de la referida ley.
63. Al respecto, se debe señalar que, en virtud del principio de tipicidad²², únicamente se sancionará la infracción al principio de legalidad publicitaria establecida en el referido literal f) del numeral 17.3 de dicha norma, cuando esta se origine en medios publicitarios y, además, se trate de una promoción de ventas.
64. Por tanto, atendiendo a que en el presente caso no hay elementos para calificar la publicidad materia de análisis como promoción de ventas, corresponde revocar la Resolución 087-2023/CCD-INDECOPI del 11 de julio de 2023 que declaró fundada la denuncia presentada por el señor Vergara contra Ripley por

²¹ A mayor abundamiento, corresponde señalar que, de la revisión del expediente, no se aprecia que la primera instancia haya requerido a la imputada alguna información tendiente a verificar que los beneficios ofrecidos tenían una duración distinta a la oferta ordinaria de la laptop objeto del anuncio cuestionado.

²² **DECRETO SUPREMO 004-2019-JUS. TEXTO ÚNICO ORDENADO DE LA LEY 27444, LEY DEL PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO GENERAL**
Artículo 248.- Principios de la potestad sancionadora administrativa
La potestad sancionadora de todas las entidades está regida adicionalmente por los siguientes principios especiales:
(...)
4. Tipicidad.- Solo constituyen conductas sancionables administrativamente las infracciones previstas expresamente en normas con rango de ley mediante su tipificación como tales, sin admitir interpretación extensiva o analogía
(...)



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

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



RESOLUCIÓN 0042-2024/SDC-INDECOPI

EXPEDIENTE 094-2021/CCD

la presunta infracción al principio de legalidad, establecida en el literal f) del numeral 17.3 del artículo 17 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal; y, en consecuencia, se declara infundada dicha imputación. Asimismo, corresponde dejar sin efecto la sanción, la medida correctiva, la orden de pago de las costas y costos, así como la inscripción en el Registro de Infractores creado por la Comisión, que fueron dispuestas en relación con la imputación desestimada.

65. Finalmente, al haberse revocado la resolución, carece de objeto pronunciarse sobre los demás argumentos planteados por Ripley.

IV. RESOLUCIÓN DE LA SALA

PRIMERO: revocar la Resolución 087-2023/CCD-INDECOPI del 11 de julio de 2023, en el extremo que declaró fundada la imputación contra Tiendas por Departamento Ripley S.A.C. por la presunta comisión de actos de competencia desleal en la modalidad de infracción al principio de legalidad, supuesto establecido en el literal f) del numeral 17.3 del artículo 17 del Decreto Legislativo 1044, Ley de Represión de la Competencia Desleal; y, en consecuencia, declarar infundada la imputación.

SEGUNDO: dejar sin efecto los extremos de la Resolución 087-2023/CCD-INDECOPI del 11 de julio de 2023, referidos a la sanción impuesta a Tiendas por Departamento Ripley S.A.C.; así como la medida correctiva, la orden de pago de las costas y costos y la inscripción de la imputada en el Registro de Infractores creado por la Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal.

Con la intervención de los señores vocales César Augusto Llona Silva, Carlos Hugo Mendiburu Díaz, José Abraham Tavera Colugna y Virginia María Rosasco Dulanto.

CÉSAR AUGUSTO LLONA SILVA
Presidente