Resolución

Nº 074-2025/CCD-INDECOPI

Lima, 6 de mayo de 2025.

EXPEDIENTE Nº 092-2024/CCD

DENUNCIANTE	:	SOLUCIONES EDUCATIVAS DIGITALES S.A.C. (SOLUCIONES EDUCATIVAS)
IMPUTADA	:	INVERSIONES FIMASA EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA (ACADEMIA VONEX)
MATERIAS	:	ACTOS DE ENGAÑO MEDIDA CORRECTIVA COSTAS Y COSTOS GRADUACIÓN DE LA SANCIÓN
ACTIVIDAD	:	OTROS TIPOS DE ENSEÑANZA N.C.P.

SUMILLA: Se declara FUNDADA EN PARTE la denuncia presentada por Soluciones Educativas en contra de Academia Vonex, 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, debido a que con fechas 11 y 14 de marzo de 2024 difundió publicidades a través de la red social Instagram, en las que se consignaron las siguientes afirmaciones: "¡Somos 467 cachimbos San Marcos! Examen de Admisión San Marcos – 2024 –II. Áreas B, C, D, y E" y "En este examen de admisión San Marcos 2024-II tuvimos 467 cachimbos", informando sobre el número de alumnos ingresantes a la Universidad Nacional Mayor de San Marcos provenientes de su academia de preparación, cuando ello no es cierto, respectivamente.

De otro lado, se declara INFUNDADA la denuncia presentada por Soluciones Educativas en contra Academia Vonex, 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, con relación a la publicidad difundida a través de la red social Instagram de fecha 10 de marzo de 2024, por las razones expuestas en la parte considerativa de la presente resolución.

Asimismo, se declara INFUNDADA la denuncia presentada por Soluciones Educativas en contra de Academia Vonex, 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, con relación a las publicidades difundidas a través de la red social Facebook con fecha 17, 18 y 26 de marzo y 29 de abril de 2024, informando sobre el número de alumnos ingresantes a la Universidad Nacional Mayor de San Marcos y a a la Universidad Nacional Federico Villareal provenientes de su academia de preparación, por las razones expuestas en la parte considerativa de la presente resolución.

En consecuencia, se SANCIONA a Academia Vonex con una amonestación por la publicidad difundida en Instagram el 11 de marzo de 2024 y por la publicidad difundida en Instagram el 14

INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Calle De la Prosa 104, San Borja, Lima 41 - Perú Telf: 224 7800 / Fax: 224 0348
E-mail: postmaster@indecopi.gob.pe / Web: www.indecopi.gob.pe

de marzo de 2024. Asimismo, se ORDENA su inscripción en el Registro de Infractores creado por la Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal del Indecopi.

De esta forma se ORDENA a Academia Vonex que cumpla con pagar a Soluciones Educativas Digitales S.A.C. las costas y costos derivados del presente procedimiento.

De otro lado, se DENIEGA el pedido formulado por Soluciones Educativas Digitales S.A.C. para que se ordene la publicación de la resolución condenatoria y se ordene la publicación de un aviso rectificatorio.

Finalmente, se ORDENA a Academia Vonex en calidad de medida correctiva, el CESE DEFINITIVO e INMEDIATO de la difusión del anuncio infractor, en tanto dé a entender a los consumidores que 467 estudiantes de la Academia Vonex han ingresado a la Universidad Nacional Mayor de San Marcos en las áreas B, C, D y E a través del examen de admisión 2024-II y que tuvieron 467 cachimbos en el examen de admisión San Marcos 2024-II, en tanto ello no sea cierto.

1. ANTECEDENTES

El 13 de junio de 2024, Soluciones Educativas presentó una denuncia en contra de Academia Vonex, por la presunta comisión de actos de competencia desleal en la modalidad de engaño, supuesto establecido en el artículo 8 del Decreto Legislativo N° 1044 (en adelante, Ley de Represión de la Competencia Desleal).

Al respecto, la denunciante expresó que la Academia Vonex se encontraría ofreciendo servicios de educación preuniversitarios mediante ciclos académicos y tutorías personalizadas para la preparación de exámenes de admisión en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos y Universidad Nacional Federico Villareal, a través de su portal web y redes sociales.

La denunciante indicó que con fechas 10, 11 y 14 de marzo de 2024, Academia Vonex vendría difundiendo publicidad mediante su red social *Instagram,* sobre el número de alumnos ingresantes a la Universidad Nacional Mayor de San Marcos provenientes de su academia de preparación, a decir de la denunciante, la imputada estaría difundiendo las siguientes afirmaciones engañosas: (i) "*Somos 315 cachimbos San Marcos! Examen de Admisión San Marcos – 2024 –II. Áreas D, y E"*; (ii) *"¡Somos 467 cachimbos San Marcos! Examen de Admisión San Marcos – 2024 –II. Áreas B, C, D, y E"*; y, (iii) *"En este examen de admisión San Marcos 2024-II tuvimos 467 cachimbos. Primer puesto en la nueva carrera Marketing"*, respectivamente.

Adicionalmente, la denunciante alegó que con fechas 17, 18 y 26 de marzo de 2024, Academia Vonex vendría difundiendo publicidad, mediante su red social *Facebook*, sobre el número de alumnos ingresantes a la Universidad Nacional Mayor de San Marcos provenientes de su academia de preparación, a decir de la denunciante, la imputada estaría realizando las siguientes afirmaciones engañosas: (i) *"¡Somos 602 cachimbos San Marcos! Examen de Admisión San Marcos – 2024 –II. Áreas A, B, C, D, y E"*; (ii) *"Tenemos 14 cachimbos de Medicina Humana. Examen de Admisión San Marcos – 2024 –II"*; y, (iii) *"Academia Vonex ¡Ahora Somos 624 cachimbos San Marcos! Examen de Admisión San Marcos – 2024 –II. Áreas A, B, C, D, y E" "¡Únete a Vonex ahora mismo y prepárate para alcanzar tus metas académicas! Lista completa aquí (…)"*, respectivamente. En este punto, Academia Vonex precisó, respecto de la publicidad difundida en Facebook con fecha 26 de marzo de 2024, que no fue posible acceder al enlace que contendría la lista de los referidos ingresantes: (https://drive.google.com/file/u/0/d/1UKsgrfTY37FYGfKpoFLopSkw8ht7hb9D/view?usp=sharing&fbclid=IwZXh0bgNhZW0CMTAAAR0peJW-jvINvXQZpjAxIrjNo0vUp3CKqJ5kH3rTkyJWIqfIaToQUnpwOvk_aem_AVhl5PIDexi3kcq8BJOGudsJ3CbsN5jcDmEXaIIf66ITxAF5UEARJm8eDwOLWfPvt2B9vgW1n4kqDMZmoZC0Mvgx&pli=1).

INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Calle De la Prosa 104, San Borja, Lima 41 - Perú Telf: 224 7800 / Fax: 224 0348
E-mail: postmaster@indecopi.gob.pe / Web: www.indecopi.gob.pe

Academia Vonex también señaló que con fecha 29 de abril de 2024, la imputada difundió publicidad mediante su red social *Facebook*, sobre el número de alumnos ingresantes a la Universidad Nacional Federico Villareal provenientes de su academia de preparación, toda vez que estaría realizando la siguiente afirmación engañosa: *"¡Felicidades! 110 cachimbos Federico Villareal. Examen de Admisión - 2024"*.

En virtud de lo expuesto, la denunciante señaló que, mediante la publicidad difundida, el número de alumnos ingresantes a la Universidad Nacional Mayor de San Marcos y Universidad Nacional Federico Villareal provenientes de la Academia Vonex resultarían ser cifras elevadas y no reales, difundidas con la finalidad de influir en las decisiones de sus potenciales consumidores.

Por dichas consideraciones, la denunciante solicitó a la Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal (en adelante, la Comisión) que: (i) admita a trámite la denuncia y oportunamente se declare fundada; (ii) sancione con multa como infracción grave lo cometido por la imputada; y, (iii) condene a la imputada al pago de costas y costos. Asimismo, en calidad de medida correctiva, solicitó lo siguiente: (i) el cese definitivo e inmediato de las publicaciones engañosas difundidas en su página de Facebook, Instagram u otro medio de comunicación social, que contenga información falsa detallada sobre el número de ingresantes provenientes de su academia de preparación; (ii) rectificación de la información falsa además de en sus redes sociales y en el medio de prensa escrito de mayor circulación en el país, mediante los cuales se señale el correcto número de ingresantes provenientes de la Academia Vonex a la Universidad Nacional Mayor de San Marcos y a la Universidad Nacional Federico Villarreal; y, (iii) la publicación de la resolución condenatoria.

Con fecha 10 de julio de 2024, con la finalidad de constatar la existencia de información relevante respecto de la publicidad materia de denuncia, la Secretaría Técnica de la Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal (en adelante, la Secretaría Técnica) realizó dos (2) actas de inspección mediante las cuales se dejó constancia del contenido de los enlaces de las páginas *Instagram* y *Facebook* brindados por Soluciones Educativas mediante su escrito de denuncia.

En atención a ello, mediante Resolución de fecha 30 de julio de 2024, la Secretaría Técnica admitió a trámite la denuncia presentada por Soluciones Educativas e imputó a Academia Vonex 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:

1. Toda vez que con fechas 10, 11 y 14 de marzo de 2024 difundió publicidad a través de la red social *Instagram*, en las que se consignó las siguientes afirmaciones: (i) *"Somos 315 cachimbos San Marcos! Examen de Admisión San Marcos – 2024 –II. Áreas D, y E"*; (ii) *"¡Somos 467 cachimbos San Marcos! Examen de Admisión San Marcos – 2024 –II. Áreas B, C, D, y E"*; y, (iii) *"En este examen de admisión San Marcos 2024-II tuvimos 467 cachimbos. Primer puesto en la nueva carrera Marketing"*, respectivamente, informando sobre el número de alumnos ingresantes a la Universidad Nacional Mayor de San Marcos provenientes de su academia de preparación, cuando ello no sería cierto.

2. Toda vez que con fechas 17, 18 y 26 de marzo de 2024 difundió publicidad a través de la red social *Facebook*, en la que se consignó las siguientes afirmaciones: (i) *"¡Somos 602 cachimbos San Marcos! Examen de Admisión San Marcos – 2024 –II. Áreas A, B, C, D, y E"*; (ii) *"Tenemos 14 cachimbos de Medicina Humana. Examen de Admisión San Marcos – 2024 –II"*; y, (iii) *"Academia Vonex ¡Ahora Somos 624 cachimbos San Marcos! Examen de Admisión San Marcos – 2024 –II. Áreas A, B, C, D, y E" "¡Únete a Vonex ahora mismo y prepárate para alcanzar tus metas académicas! Lista completa aquí (…)"*, respectivamente, informando sobre el número de alumnos ingresantes a la Universidad Nacional Mayor de San Marcos provenientes de su academia de preparación, cuando ello no sería cierto.

3. Toda vez que con fecha 29 de abril de 2024 difundió publicidad a través de la red social

INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Calle De la Prosa 104, San Borja, Lima 41 - Perú Telf: 224 7800 / Fax: 224 0348
E-mail: postmaster@indecopi.gob.pe / Web: www.indecopi.gob.pe

Facebook, en la cual se consignó la afirmación *"¡Felicidades! 110 cachimbos Federico Villareal. Examen de Admisión - 2024"*, informando sobre el número de alumnos ingresantes a la Universidad Nacional Federico Villareal provenientes de su academia de preparación, cuando ello no sería cierto.

Con fecha 23 de agosto de 2024, Academia Vonex presentó su escrito de descargos mediante el cual indicó que todas las afirmaciones vertidas en sus anuncios publicitarios difundidos a través de las redes sociales de *Instagram* y *Facebook* serían reales. Para demostrar ello, la imputada presentó archivos en formato PDF mediante los cuales se acreditaría que tendrían : (i) 315 alumnos ingresantes a la Universidad Nacional Mayor de San Marcos en el examen de admisión 2024-II en las áreas D y E; (ii) 467 alumnos ingresantes a la Universidad Nacional Mayor de San Marcos en el examen de admisión 2024-II en las áreas B, C, D y E; (iii) una alumna que habría sido primer puesto en la nueva carrera de marketing, (iv) 602 alumnos ingresantes a la Universidad Nacional Mayor de San Marcos en el examen de admisión 2024-II en las áreas A, B, C, D y E; (v) 14 alumnos ingresantes a medicina a la Universidad Nacional Mayor de San Marcos en el examen de admisión 2024-II; (vi) 624 alumnos ingresantes a la Universidad Nacional mayor de San Marco en el examen de admisión 2024-II en las áreas A, B, C, D y E; y, (vii)110 ingresantes a la Universidad Nacional Federico Villareal.

De acuerdo con lo señalado por la imputada, en los documentos presentados se detallarían datos como el número de DNI de los alumnos ingresantes, el número de DNI de los responsables de los alumnos, los códigos con los cuales los estudiantes postularon con cuya digitalización en la página de ingresantes a la Universidad Mayor de San Marcos se podría verificar que ingresaron, apellidos y nombres de los alumnos, la Escuela Académica Profesional a la cual habrían postulado, el orden de mérito y el área. Asimismo, la imputada precisó que para verificar el ingreso de un alumno a la Universidad Nacional Federico Villareal bastaría con utilizar su número de DNI, el cual estarían proporcionando.

Asimismo, la imputada señaló que para demostrar que los ingresantes habrían estudiado en su centro de preparación pre universitaria, adjuntó en un archivo de Drive[1] documentos internos como la ficha de matrícula, correo de bienvenida, boleta electrónica, constancia de ingreso a la universidad, entre otros.

En línea con lo señalado, Academia Vonex precisó que de las evidencias que habrían presentado, en algunos casos no aparecería la boleta de pago de alumnos que habrían estudiado en su centro de preparación pre universitaria debido a que tendrían la condición de becados. Al respecto, la imputada manifestó que otorga becas en las siguientes tres modalidades: a) Beca académica, en la cual habría tenido 17 alumnos que habrían ingresado a la Universidad Nacional Mayor de San marcos en el examen de admisión 2024-II, siendo que dicha beca habría sido otorgada a sus alumnos que habrían obtenido excelentes notas en el ciclo anterior que estudiaron en su academia y también a aquellos que se habrían quedado por pocos puntos en el examen de admisión cuando postularon a la universidad; b) beca por concurso de becas, en la cual habría tenido 13 alumnos que habrían ingresado a la Universidad Nacional Mayor de San Marcos en el examen de admisión 2024-II, siendo que dicha beca sería otorgada previa convocatoria a concurso de becas y los beneficiarios serían aquellos estudiantes que obtienen el puntaje requerido en el examen del concurso; y, c) beca social, en la cual habría tenido 11 alumnos que habrían ingresado a la Universidad Nacional mayor de San Marcos en el examen de admisión 2024-II, siendo que dicha beca sería otorgada previa conversación

[1] Con fecha 23 de agosto de 2024, Acamedia Vonex presentó a través de la mesa de partes física del Indecopi un documento adjuntando un USB que contendría los documentos compartidos mediante el link del Drive incluido en su escrito de descargos presentado a través de la mesa de partes virtual el mismo día.

Asimismo, con fecha 26 de agosto de 2024, la imputada presentó un escrito a través de la mesa de partes virtual del Indecopi, mediante el cual presentó el link de un archivo de Drive que contendría todas las evidencias con las cuales se acreditaría a todos sus alumnos ingresantes a la Universidad Nacional Mayor de San Marcos y la Universidad Federico Villarreal, el cual habría sido previamente compartido en el escrito de descargos enviado el 23 de agosto de 2024.

INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Calle De la Prosa 104, San Borja, Lima 41 - Perú Telf: 224 7800 / Fax: 224 0348
E-mail: postmaster@indecopi.gob.pe / Web: www.indecopi.gob.pe

con el alumno, ya que se le brindaría apoyo al estudiante en caso no cuente con los recursos económicos necesarios para costear los gastos de su preparación académica para postular a la universidad.

Por otro lado, la imputada sostuvo que algunos de sus alumnos no tendrían el correo de bienvenida enviado por su centro de preparación pre universitaria, lo que se debería a diversos factores como el hecho de que algunos estudiantes habrían escrito mal su correo electrónico al momento de realizar su matrícula, así como por el hecho de que, si bien el correo de bienvenida se generaría de forma automática por su sistema cuando el estudiante se matricula, a veces el servidor se vería afectado por la caída de los servidores eléctricos o los servicios de internet, por lo que no se podría generar de forma automática el correo de bienvenida. De igual forma, la imputada señala que en algunos casos se debió a que habría tenido su licencia de Google agotada. No obstante, ello la imputada sostiene que en estos casos se estarían presentando otras evidencias con las que se acreditaría que dichos estudiantes fueron sus alumnos.

Respecto de las boletas de pago, la imputada sostuvo que en dos casos las boletas no estarían a nombre de los estudiantes, sino que estarían a nombre de sus apoderados, siendo que se estaría presentando como evidencia el pedido que se hizo solicitando el cambio de nombre en la boleta a nombre del alumno, lo que no se habría podido realizar.

Por lo señalado, Academia Vonex sostuvo que con los medios probatorios presentados estaría demostrando la veracidad de sus mensajes publicitarios, por lo que la publicidad que habría realizada a través de las redes sociales de Instagram y Facebook no inducirían a error al público consumidor respecto del servicio que brinda y, en consecuencia, no habría incurrido en actos de competencia desleal en la modalidad de engaño.

Por todo lo expuesto, la imputada solicitó se declare la inexistencia de actos de competencia desleal en la modalidad de engaño y se archive el procedimiento.

Mediante escrito de fecha 7 de octubre de 2024, Academia Vonex manifestó que Soluciones Educativas habría presentado la denuncia de actos de competencia desleal con el propósito de sacarlos del mercado y así tener el monopolio del mercado del servicio de academia de preparación pre universitaria.

Sobre el particular, la imputada indicó que Piero Samame Cienfuegos habría presentado una denuncia en contra Academia Vonex, siendo que, según la imputada, dicha denuncia y cargos habrían sido fabricados por Soluciones Educativas, la cual sería propietaria de la academia de preparación pre universitaria Pamer. Así, en dicha denuncia se le imputaría una presunta infracción al artículo 19° de la Ley 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor, por presuntamente haber indicado en sus redes sociales que contarían con un número muy alto de ingresantes a la Universidad Nacional Mayor de San Marcos sin contar con el sustento correspondiente y por no haber entregado materiales de clases ofrecido durante la matrícula. Con relación a ello, la imputada sostuvo que en la referida denuncia se apreciaría que los argumentos, pruebas y abogados que la suscriben serían los mismos que en el presente procedimiento.

Al respecto, la imputada indicó que Piero Samame Cienfuegos habría ingresado a la Universidad Nacional Mayor de San Marcos en el examen de admisión efectuado el mes de diciembre de 2023; sin embargo, a pesar de ello, se habría matriculado en Academia Vonex. Respecto de este punto, la imputada señaló que el referido estudiante se habría preparado y haría publicidad para la academia Pamer, lo que demostraría que las denuncias que hace Soluciones Educativas a su empresa tendrían por finalidad sacarla del mercado por ser su competencia.

En tal sentido, la imputada solicitó se admitan los medios probatorios adicionales que estaba presentando, los cuales consistirían en lo siguiente: (i) Denuncia presentada por Piero Samame

INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Calle De la Prosa 104, San Borja, Lima 41 - Perú Telf: 224 7800 / Fax: 224 0348
E-mail: postmaster@indecopi.gob.pe / Web: www.indecopi.gob.pe

Cienfuegos en contra de Academia Vonex y sus anexos; (ii) el registro de ingreso del estudiante Piero Samame Cienfuegos a la Universidad Nacional Mayor de San Marcos; (iii) la publicidad que en redes sociales realizaría la academia Pamer; y, (iv) el acta de constatación notarial de la publicidad que realizaría la academia Pamer en redes sociales.

Con fecha 7 de enero de 2025, Academia Vonex presentó un escrito mediante el cual indicó que Soluciones Educativa pretendería sacarlos del mercado utilizando como medio al Indecopi. En ese sentido, la imputada ofreció como medio probatorio lo siguiente: (i) la denuncia presentada por Piero Samame Cienfuegos ante el Órgano Resolutivo de Procedimientos Sumarísimos de Protección al Consumidor N° 03-Lima Sur, que habría dado origen al Expediente N° 1572-2024/PS3; (ii) descargos efectuados por Academia Vonex en el referido Expediente N° 1572-2024/PS3; (iii) la Resolución Final N° 0921-2024/PS3 de fecha 31 de octubre de 2024; y; (iv) publicación de Pamer donde se observaría como figura comercial a Piero Samamé Cienfuegos.

Con relación a ello, la imputada indicó que en el procedimiento tramitado bajo Expediente N° 1572-2024/PS3 habría efectuado sus descargos haciendo referencia a la denuncia efectuada en el marco del presente procedimiento y que había ofrecido todas las pruebas ofrecidas en el presente expediente, lo que habría motivado el otorgamiento de la Resolución Final N° 0921-2024/PS3 de fecha 31 de octubre de 2024, mediante la cual se habría declarado improcedente la denuncia presentada Academia Vonex y se le habría indicado un procedimiento sancionador en contra del señor Piero Samame Cienfuegos, quién, a criterio de la imputada, sería al testaferro de Soluciones Educativas.

Posteriormente, mediante Resolución N° 2 de fecha 28 de enero de 2025, la Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal (en adelante, la Comisión) suspendió de oficio la tramitación del presente procedimiento hasta que la Oficina de Estudios Económicos del Indecopi (en adelante, OEE) emita un informe técnico en el que se determine el beneficio económico que pudo haber obtenido la imputada por los hechos cuestionados.

En atención a ello, en el marco de sus labores de instrucción, la Secretaría Técnica solicitó a la OEE, mediante Memorándum N° 000084-2025/CCD-INDECOPI, que emita un informe con las características previamente señaladas y lo remita a la Secretaría Técnica. En particular, la Secretaría Técnica requirió a la OEE que, para la realización del informe, aplique el “método basado en un porcentaje de las ventas del producto o servicio afectado”, establecido en el Decreto Supremo N° 032-2021-PCM - Decreto Supremo que aprueba la graduación, metodología y factores para la determinación de las multas que impongan los órganos resolutivos del Indecopi respecto de las infracciones sancionables en el ámbito de su competencia (en adelante, la Metodología para la determinación de multas que impongan los órganos resolutivos del Indecopi).

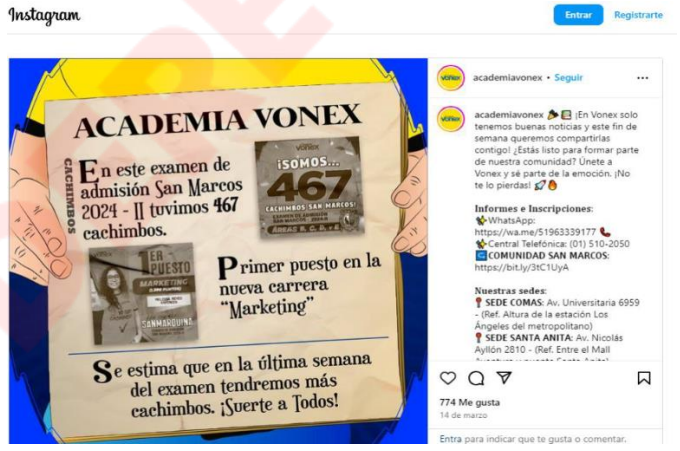
Mediante Informe N° 000044-2025-OEE/INDECOPI de fecha 17 de marzo de 2025, la OEE presentó un informe mediante el cual brindaba respuesta a la solicitud formulada por la Secretaría Técnica. En particular, dicha oficina expresó que no se pudo estimar el porcentaje de las ventas del producto o servicio afectado, por lo que no pudo aplicar el “método basado en un porcentaje de las ventas del producto o servicio afectado”.

Finalmente, mediante Resolución N° 3 de fecha 25 de marzo de 2025, la Comisión levantó la suspensión del procedimiento.

2. IMÁGENES REFERENCIALES DE LA PUBLICIDAD CUESTIONADA

2.1. Publicidad difundida en la red social *Instagram*

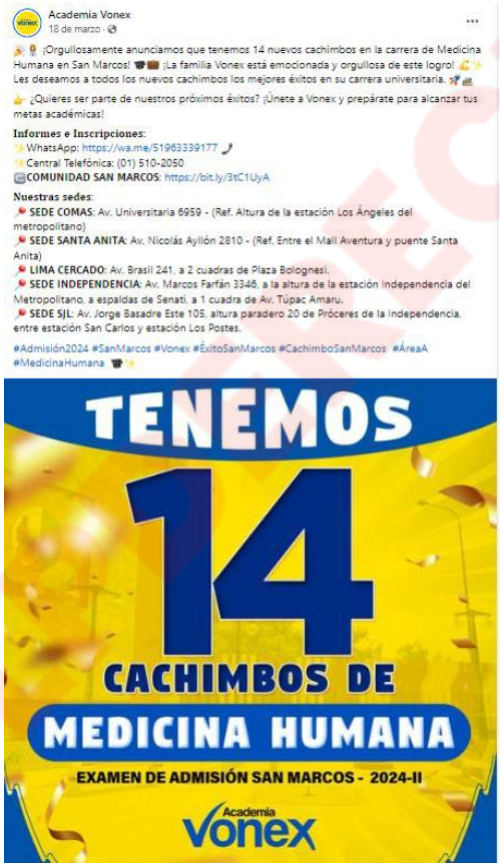
INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Calle De la Prosa 104, San Borja, Lima 41 - Perú Telf: 224 7800 / Fax: 224 0348
E-mail: postmaster@indecopi.gob.pe / Web: www.indecopi.gob.pe



INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Calle De la Prosa 104, San Borja, Lima 41 - Perú Telf: 224 7800 / Fax: 224 0348
E-mail: postmaster@indecopi.gob.pe / Web: www.indecopi.gob.pe

2.2. Publicidad difundida en red social *Facebook*

INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Calle De la Prosa 104, San Borja, Lima 41 - Perú Telf: 224 7800 / Fax: 224 0348
E-mail: postmaster@indecopi.gob.pe / Web: www.indecopi.gob.pe



INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Calle De la Prosa 104, San Borja, Lima 41 - Perú Telf: 224 7800 / Fax: 224 0348
E-mail: postmaster@indecopi.gob.pe / Web: www.indecopi.gob.pe

3. CUESTIONES EN DISCUSIÓN

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

1. La presunta comisión de actos de engaño.
2. La pertinencia de ordenar una medida correctiva.
3. Las costas y costos solicitados por Soluciones Educativas.
4. La pertinencia de ordenar la publicación de un aviso rectificatorio.
5. La pertinencia de ordenar la publicación de la resolución condenatoria.
6. La graduación de la sanción, de ser el caso.

4. ANÁLISIS DE LAS CUESTIONES EN DISCUSIÓN

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

4.1.1. Criterios de interpretación de los anuncios

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

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

Por lo tanto, para determinar si los anuncios infringen o no las normas de publicidad vigentes, es necesario analizar e interpretar dichos anuncios según los criterios expuestos anteriormente.

4.1.2. Normas y criterios aplicables

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

> **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

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

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

INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Calle De la Prosa 104, San Borja, Lima 41 - Perú Telf: 224 7800 / Fax: 224 0348
E-mail: postmaster@indecopi.gob.pe / Web: www.indecopi.gob.pe

corresponden a los bienes, servicios, establecimientos o transacciones que el agente económico que desarrolla tales actos pone a disposición en el mercado; o inducir a error sobre los atributos que posee dicho agente, incluido todo aquello que representa su actividad empresarial.

"(…)"

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

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

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

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 la interpretaría un consumidor, a través de una evaluación superficial e integral del mensaje en conjunto, conforme a los criterios señalados en el numeral 4.1.1. precedente.

De esta manera, de verificarse la existencia de afirmaciones objetivas en la publicidad, se determinará si el anunciante contaba previamente con las pruebas que sustenten la veracidad de dichos mensajes. En ese sentido, cabe destacar que conforme ha sido establecido por la Comisión en reiterados pronunciamientos, así como en los Lineamientos sobre Competencia Desleal[4], el principio de sustanciación previa implica que los anunciantes deben contar con el sustento probatorio que acredite la veracidad de las afirmaciones sobre las características de los productos y servicios promocionados, antes de que los anuncios, sean difundidos en el mercado.

Igualmente, la Sala Especializada en Defensa de la Competencia (en adelante, la Sala)[5] 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."[6]

[4] Aprobados por Resolución Nº 001-2001-LIN/CCD-INDECOPI de fecha 5 de julio de 2001.

[5] Antes, la Sala de Defensa de la Competencia del Tribunal del Indecopi.

[6] 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.

INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Calle De la Prosa 104, San Borja, Lima 41 - Perú Telf: 224 7800 / Fax: 224 0348
E-mail: postmaster@indecopi.gob.pe / Web: www.indecopi.gob.pe

"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."[7]

En virtud de lo anterior, la Comisión evaluará si la imputada ha incurrido en la comisión de actos de engaño.

4.1.3. Aplicación al presente caso

En el presente caso, la Secretaría Técnica admitió a trámite la denuncia presentada por Soluciones Educativas e imputó a Academia Vonex la presunta comisión de actos de engaño. Al respecto, corresponde a la Comisión analizar cada una de las imputaciones de manera particular.

a.1. Sobre la presunta comisión de actos de engaño debido a la publicidad difundida a través de la red social *Instagram* informando sobre el número de alumnos ingresantes a la Universidad Nacional Mayor de San Marcos provenientes de su academia de preparación, cuando ello no sería cierto.

En el presente caso, se ha imputado en contra de Academia Vonex, la presunta comisión de actos de engaño, supuesto establecido en el artículo 8 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal, toda vez que con fechas 10, 11 y 14 de marzo de 2024 difundió publicidad a través de la red social *Instagram*, en las que se consignó las siguientes afirmaciones:

(i) *"Somos 315 cachimbos San Marcos! Examen de Admisión San Marcos – 2024 –II. Áreas D, y E"*
(ii) *"¡Somos 467 cachimbos San Marcos! Examen de Admisión San Marcos – 2024 –II. Áreas B, C, D, y E".*
(iii) *"En este examen de admisión San Marcos 2024-II tuvimos 467 cachimbos. Primer puesto en la nueva carrera Marketing"*,

Al respecto, la denunciante ha expresado los argumentos que sostienen su denuncia, así como la imputada ha formulado sus argumentos de defensa conforme a lo desarrollado en el numeral 1 de la presente resolución.

Ahora, de manera preliminar, este Colegiado considera pertinente verificar, en primer lugar, si Academia Vonex difundió la publicidad cuestionada, para que, en segundo lugar, se determine si la imputada incurrió en actos de engaño, supuesto establecido en el artículo 8 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal.

---

[7] 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.

INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Calle De la Prosa 104, San Borja, Lima 41 - Perú Telf: 224 7800 / Fax: 224 0348
E-mail: postmaster@indecopi.gob.pe / Web: www.indecopi.gob.pe

Al respecto, de la revisión del expediente, esta Comisión aprecia que la publicidad cuestionada ha sido difundida a través de la página de *Instagram* de titularidad de Academia Vonex, así como el hecho de que la imputada no ha negado su calidad de anunciante.

En ese sentido, habiendo quedado acreditada la calidad de anunciante de la imputada respecto de los anuncios publicitarios materia de cuestionamiento, corresponde analizar si mediante la difusión de estos se incurrió en actos de engaño.

En este punto, es pertinente recordar que, 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.

Considerando ello, corresponde verificar los anuncios cuestionados, a efectos de determinar claramente cuál ha sido el o los mensajes que un consumidor percibió de los mismos.

- **Respecto de la publicidad difundida el 10 de marzo de 2024 en la red social *Instagram*:**

De una visualización del anuncio publicitario difundido a través de la red social *Instagram*, se puede verificar lo siguiente:

IMAGEN DEL ANUNCIO PUBLICITARIO CUESTIONADO	AFIRMACIÓN
	"¡Somos 315 cachimbos San Marcos! Examen de Admisión San Marcos – 2024 –II. Áreas D, y E"

Sobre el particular, del análisis superficial e integral del anuncio publicitario difundido con fecha 10 de marzo de 2024 a través de la red social *Instagram*, la Comisión considera que este trasmite un mensaje publicitario de **carácter objetivo** referido a que 315 estudiantes de la Academia Vonex han ingresado a la Universidad Nacional Mayor de San Marcos en las áreas D y E a través del examen de admisión 2024-II.

INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Calle De la Prosa 104, San Borja, Lima 41 - Perú Telf: 224 7800 / Fax: 224 0348
E-mail: postmaster@indecopi.gob.pe / Web: www.indecopi.gob.pe

En este contexto, al haberse verificado la existencia de un mensaje objetivo en el anuncio materia de cuestionamiento, con relación al segundo paso de la metodología, corresponde a este Colegiado verificar si Academia Vonex contó con los medios probatorios que acreditaban la veracidad de la afirmación difundida de manera previa a su difusión.

En este punto, es pertinente recordar que la carga de acreditar la veracidad de las afirmaciones objetivas corresponde a quien las haya difundido como anunciante. Asimismo, este último deberá cumplir con el deber de sustanciación previa, según el cual el anunciante tiene la carga de contar con las pruebas que acrediten la veracidad de sus afirmaciones objetivas con anterioridad a la difusión del anuncio, conforme se establece en el artículo 8.4 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal.

Aunado a ello, resulta pertinente mencionar que el deber de sustanciación previa implica una doble finalidad: (i) obliga al anunciante a contar con las pruebas que acrediten la información que se pretende trasladar, por lo que ante el requerimiento de la autoridad debe encontrarse en la capacidad de exhibirlas; y, (ii) asegura a los consumidores que los anunciantes cuentan con los soportes respectivos que sustenten los mensajes publicitarios de corte objetivo que se encuentran difundiendo en el mercado, reforzando la transparencia en el mercado y reduciendo los costos de transacción vinculados a los productos o servicios promocionados.

En particular, con la finalidad de acreditar la afirmación materia de cuestionamiento, la imputada adjuntó a su escrito de descargos como medio probatorio el Anexo 1-A, el cual consiste en un documento en formato PDF denominado “1-A - 315 cachimbos” que contiene el nombre de los presuntos estudiantes ingresantes, así como su número de DNI, código de postulante, el área y orden de mérito de ingreso.

Al respecto, con la finalidad de verificar que los estudiantes señalados en el referido documento efectivamente ingresaron a la Universidad Nacional Mayor de San Marcos a través del examen de admisión 2024-II a las áreas D y E, este Colegiado procedió a realizar la respectiva comprobación a través de la digitalización de sus nombres o códigos en la página web de la referida universidad. De tal forma, se verificó que cada uno de los estudiantes cuentan con la observación “ALCANZÓ VACANTE”.

Asimismo, para acreditar la veracidad de la afirmación cuestionada, este Colegiado considera que es sustancial que se acredite que los estudiantes que ingresaron a la universidad a través del examen de admisión en cuestión hayan estudiado en la Academia Vonex como mínimo en el ciclo inmediatamente anterior a la fecha del referido examen. Por tal motivo, se realizó una revisión detallada de las fichas de matrícula y las boletas de pago que fueron presentadas por la imputada, con lo cual se comprobó que los estudiantes señalados en el documento denominado “1-A - 315 cachimbos” efectivamente, fueron estudiantes de la academia de la imputada en el ciclo inmediatamente anterior al examen de admisión 2024-II de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

En ese sentido, de la revisión del medio probatorio presentado por la imputada, este Colegiado aprecia que se ha logrado acreditar que un total de 315 estudiantes de la Academia Vonex ingresaron a la Universidad Nacional Mayor de San Marcos en las áreas D y E a través del examen de admisión 2024-II.

Por lo expuesto, esta Comisión considera que la imputada cumplió con el deber de sustanciación previa, en tanto contaba con los medios probatorios que permitirían acreditar la veracidad de la afirmación realizada en la pieza publicitaria materia de cuestionamiento.

- **Respecto de la publicidad difundida el 11 de marzo de 2024 en la red social *Instagram*:**

INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Calle De la Prosa 104, San Borja, Lima 41 - Perú Telf: 224 7800 / Fax: 224 0348
E-mail: postmaster@indecopi.gob.pe / Web: www.indecopi.gob.pe

De una visualización del anuncio publicitario difundido a través de la red social *Instagram*, se puede verificar lo siguiente:

IMAGEN DEL ANUNCIO PUBLICITARIO CUESTIONADO	AFIRMACIÓN
	"¡Somos 467 cachimbos San Marcos! Examen de Admisión San Marcos – 2024 –II. Áreas B, C, D, y E";

Sobre el particular, del análisis superficial e integral del anuncio publicitario difundido con fecha 11 de marzo de 2024 a través de la red social *Instagram*, la Comisión considera que este trasmite un mensaje publicitario de **carácter objetivo** referido a que 467 estudiantes de la Academia Vonex han ingresado a la Universidad Nacional Mayor de San Marcos en las áreas B, C, D y E a través del examen de admisión 2024-II.

En este contexto, al haberse verificado la existencia de un mensaje objetivo en el anuncio materia de cuestionamiento, con relación al segundo paso de la metodología, corresponde a este Colegiado verificar si Academia Vonex contó con los medios probatorios que acreditaban la veracidad de la afirmación difundida de manera previa a su difusión.

En este punto, es pertinente recordar que la carga de acreditar la veracidad de las afirmaciones objetivas corresponde a quien las haya difundido como anunciante. Asimismo, este último deberá cumplir con el deber de sustanciación previa, según el cual el anunciante tiene la carga de contar con las pruebas que acrediten la veracidad de sus afirmaciones objetivas con anterioridad a la difusión del anuncio, conforme se establece en el artículo 8.4 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal.

Aunado a ello, resulta pertinente mencionar que el deber de sustanciación previa implica una doble finalidad: (i) obliga al anunciante a contar con las pruebas que acrediten la información que se pretende trasladar, por lo que ante el requerimiento de la autoridad debe encontrarse en la capacidad de exhibirlas; y, (ii) asegura a los consumidores que los anunciantes cuentan con los soportes respectivos que sustenten los mensajes publicitarios de corte objetivo que se encuentran difundiendo en el mercado, reforzando la transparencia en el mercado y reduciendo los costos de transacción vinculados a los productos o servicios promocionados.

En particular, con la finalidad de acreditar la afirmación materia de cuestionamiento, la imputada adjuntó a su escrito de descargo como medio probatorio el Anexo 1-B el cual consiste en un documento en formato PDF denominado "1-B - 467 cachimbos" que contiene el nombre de los presuntos estudiantes ingresantes, así como su número de DNI, código de postulante, el área y orden de mérito de ingreso.

Al respecto, con la finalidad de verificar que los estudiantes señalados en el referido documento ingresaron a la Universidad Nacional Mayor de San Marcos a través del examen de admisión 2024-II, este Colegiado procedió a realizar la respectiva comprobación a través de la digitalización de sus

INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Calle De la Prosa 104, San Borja, Lima 41 - Perú Telf: 224 7800 / Fax: 224 0348
E-mail: postmaster@indecopi.gob.pe / Web: www.indecopi.gob.pe

nombres o códigos en la página web de la referida universidad. De tal forma, se verificó que cada uno de los estudiantes cuentan con la observación “ALCANZÓ VACANTE”.

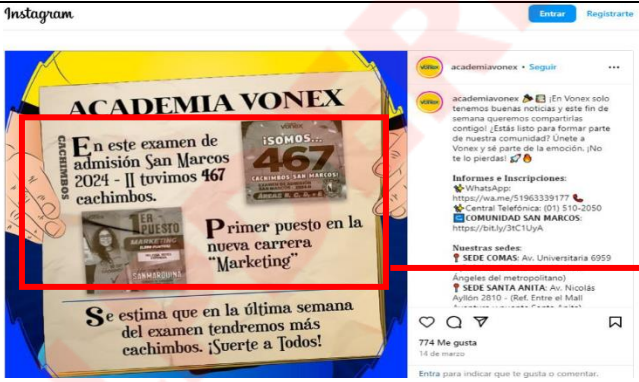
Asimismo, para acreditar la veracidad de la afirmación cuestionada, este Colegiado considera que es sustancial que se acredite que los estudiantes que ingresaron a la universidad a través del examen de admisión en cuestión hayan estudiado en la Academia Vonex como mínimo en el ciclo inmediatamente anterior a la fecha del referido examen. Por tal motivo, se realizó una revisión detallada de las fichas de matrícula y las boletas de pago que fueron presentadas por la imputada, con lo cual se comprobó que los estudiantes señalados en el documento denominado “1-B - 467 cachimbos” efectivamente, fueron estudiantes de la academia de la imputada en el ciclo inmediatamente anterior al examen de admisión 2024-II de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

En ese sentido, de la revisión del medio probatorio presentado por la imputada, este Colegiado aprecia que se ha logrado acreditar que un total de 464 estudiantes de la Academia Vonex han ingresado a la Universidad Nacional Mayor de San Marcos en las áreas B, C, D y E a través del examen de admisión 2024-II. Sobre el particular, si bien en el documento presentado por la imputada aparecen los datos de 467 estudiantes, lo cierto es que se ha comprobado que 3 de ellos ingresaron al área A, por lo que la imputada no ha logrado acreditar la veracidad de la afirmación realizada mediante la pieza publicitaria materia de cuestionamiento.

Por lo expuesto, esta Comisión considera que la imputada no presentó los medios probatorios que permitirían acreditar la veracidad de la afirmación realizada en la pieza publicitaria materia de cuestionamiento de forma previa a su difusión.

- **Respecto de la publicidad difundida el 14 de marzo de 2024 en la red social *Instagram*:**

De una visualización del anuncio publicitario difundido a través de la red social *Instagram*, se puede verificar lo siguiente:

IMAGEN DEL ANUNCIO PUBLICITARIO CUESTIONADO	AFIRMACIONES
	*“En este examen de admisión San Marcos 2024-II tuvimos 467 cachimbos. Primer puesto en la nueva carrera Marketing”*

Sobre el particular, del análisis superficial e integral del anuncio publicitario difundido con fecha 14 de marzo de 2024 a través de la red social *Instagram*, la Comisión considera que este trasmite mensajes publicitarios de **carácter objetivo** referidos a que:

INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Calle De la Prosa 104, San Borja, Lima 41 - Perú Telf: 224 7800 / Fax: 224 0348
E-mail: postmaster@indecopi.gob.pe / Web: www.indecopi.gob.pe

(i) 467 estudiantes de la Academia Vonex han ingresado a la Universidad Nacional Mayor de San Marcos a través del examen de admisión 2024-II.
(ii) Una de las estudiantes de Academia Vonex ha ingresado en el primer puesto a la nueva carrera de marketing en el examen de admisión 2024-II de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

En este contexto, al haberse verificado la existencia de mensajes objetivos en el anuncio materia de cuestionamiento, con relación al segundo paso de la metodología, corresponde a este Colegiado verificar si Academia Vonex contó con los medios probatorios que acreditaban la veracidad de las afirmaciones difundidas de manera previa a su difusión.

En este punto, es pertinente recordar que la carga de acreditar la veracidad de las afirmaciones objetivas corresponde a quien las haya difundido como anunciante. Asimismo, este último deberá cumplir con el deber de sustanciación previa, según el cual el anunciante tiene la carga de contar con las pruebas que acrediten la veracidad de sus afirmaciones objetivas con anterioridad a la difusión del anuncio, conforme se establece en el artículo 8.4 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal.

Aunado a ello, resulta pertinente mencionar que el deber de sustanciación previa implica una doble finalidad: (i) obliga al anunciante a contar con las pruebas que acrediten la información que se pretende trasladar, por lo que ante el requerimiento de la autoridad debe encontrarse en la capacidad de exhibirlas; y, (ii) asegura a los consumidores que los anunciantes cuentan con los soportes respectivos que sustenten los mensajes publicitarios de corte objetivo que se encuentran difundiendo en el mercado, reforzando la transparencia en el mercado y reduciendo los costos de transacción vinculados a los productos o servicios promocionados.

En ese sentido, a continuación, se procederá a analizar si la imputada ha cumplido con el deber de sustancian previa con relación a cada una de las afirmaciones vertidas en la pieza publicitaria materia de análisis.

(i) Respecto de la afirmación "En este examen de admisión San Marcos 2024-II tuvimos 467 cachimbos"

En particular, con la finalidad de acreditar la afirmación materia de cuestionamiento, la imputada adjuntó a su escrito de descargo como medio probatorio el Anexo 1-B el cual consiste en un documento en formato PDF denominado "1-B - 467 cachimbos", que contiene el nombre de los presuntos estudiantes ingresantes, así como su número de DNI, código de postulante, el área y orden de mérito de ingreso.

Al respecto, con la finalidad de verificar que los estudiantes señalados en el referido documento efectivamente ingresaron a la Universidad Nacional Mayor de San Marcos a través del examen de admisión 2024-II, este Colegiado procedió a realizar la respectiva comprobación a través de la digitalización de sus nombres o códigos en la página web de la referida universidad. De tal forma, se verificó que cada uno de los estudiantes cuentan con la observación "ALCANZÓ VACANTE".

Asimismo, para acreditar la veracidad de la afirmación cuestionada, este Colegiado considera que es sustancial que se acredite que los estudiantes que ingresaron a la universidad a través del examen de admisión en cuestión hayan estudiado en la Academia Vonex como mínimo en el ciclo inmediatamente anterior a la fecha del referido examen. Por tal motivo, se realizó una revisión detallada de las fichas de matrícula y las boletas de pago que fueron presentadas por la imputada, con lo cual se comprobó que los estudiantes señalados en el documento denominado "1-B - 467 cachimbos" efectivamente fueron estudiantes de la academia de la imputada en el ciclo inmediatamente anterior al examen de admisión 2024-II de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Calle De la Prosa 104, San Borja, Lima 41 - Perú Telf: 224 7800 / Fax: 224 0348
E-mail: postmaster@indecopi.gob.pe / Web: www.indecopi.gob.pe

Sin embargo, de la información pública, esta Comisión ha podido observar que el examen de admisión de las áreas D y E de la referida universidad se llevó a cabo el día sábado 9 de marzo de 2024, el examen de admisión de las áreas B y C se llevó a cabo el día 10 de marzo de 2024, mientras que el examen del área A se realizó en los días 16 y 17 de marzo de 2024, siendo que los resultados fueron difundidos en la noche del mismo día del examen o en las primeras horas del día siguiente, mientras que la imputada realizó su publicación cuestionada con fecha 14 de marzo de 2024.

En ese sentido, cabe resaltar que, en el documento presentado por la imputada para acreditar la veracidad de la afirmación cuestionada en el presente apartado, se consignó a 3 estudiantes que ingresaron al área A mediante el referido examen de admisión. De tal forma, tomando en consideración que la pieza publicitaria que contiene la afirmación cuestionada fue difundida con fecha 14 de marzo de 2024, mientras que el examen de admisión para el área A se llevó a cabo en los días 16 y 17 de marzo, resulta evidente que los 3 estudiantes antes mencionados no pueden ser considerados para efectos de acreditar la veracidad de la afirmación difundida por la imputada.

Por lo tanto, en el presente caso, de la revisión de la información contenida en el documento denominado "1-B - 467 cachimbos" solo se acreditó que a la fecha de la difusión de la publicidad cuestionada habría un total de 464 estudiantes de la Academia Vonex que habían ingresado a la Universidad Nacional Mayor de San Marcos a través del examen de admisión 2024-II.

Por lo expuesto, esta Comisión considera que la imputada no cumplió con el deber de sustanciación previa, en tanto no contaba con los medios probatorios que permitirían acreditar la veracidad de la afirmación realizada en la pieza publicitaria materia de cuestionamiento de forma previa a su difusión.

(ii) Respecto de la afirmación "Primer puesto en la nueva carrera Marketing":

En particular, con la finalidad de acreditar la afirmación materia de cuestionamiento, la imputada adjuntó a su escrito de descargo como medio probatorio el Anexo 1-C el cual consiste en un documento en formato PDF denominado "1-C - PRIMER PUESTO MARKETING", que contiene lo siguiente: (i) una pieza publicitaria difundida en la página de *Instagram* de la imputada con la imagen de la estudiante utilizando un polo con el logo de Academia Vonex; (ii) un extracto de una entrevista realizada por el diario "La República" a la estudiante con el título "Primer puesto de una carrera de la UNMSM revela su peculiar método de estudio (…)", en donde la misma aparece con un polo con el logo de la Academia Vonex; (iii) un extracto de una nota periodística en el diario "el Popular" con el título "Primer puesto a la UNMSM cuenta su secreto de estudio para ingresar (…)"; (iv) la constancia de ingreso; (v) la boleta electrónica; (vi) correo de bienvenida; y, (vii) ficha de matrícula.

Al respecto, para acreditar la calidad de ingresante a la Universidad Nacional Mayor de San Marcos a través del examen de admisión 2024-II de la referida estudiante y su mérito, este Colegiado ha evaluado que la misma cuente con tal condición a través de la digitalización de su código en la página de la referida universidad. De tal forma, se verificó que la referida estudiante cuenta con la observación "ALCANZÓ VACANTE" y el mérito del primer puesto en la carrera de marketing.

Asimismo, de una revisión de la ficha de matrícula y la boleta de pago que fueron presentadas por la imputada, esta Comisión ha observado que las mismas corresponden a la matrícula de la estudiante antes señalada en la Academia Vonex, así como a su matrícula en el ciclo inmediatamente anterior a la fecha de postulación al referido examen de admisión. En ese sentido, la imputada ha logrado acreditar que una de sus estudiantes ingresó a la Universidad Nacional Mayor de San Marcos a través del examen de admisión 2024-II y obtuvo el primer puesto en la carrera de marketing.

De igual forma, de la información pública, esta Comisión ha podido observar que el examen de admisión al área D de la referida universidad, en la cual se encuentra la carrera de marketing, se llevó a cabo el sábado 9 de marzo de 2024, siendo que los resultados fueron difundidos en la noche del

INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Calle De la Prosa 104, San Borja, Lima 41 - Perú Telf: 224 7800 / Fax: 224 0348
E-mail: postmaster@indecopi.gob.pe / Web: www.indecopi.gob.pe

mismo día del examen o en las primeras horas del día siguiente, mientras que la imputada realizó su publicación cuestionada con fecha 14 de marzo de 2024.

Por lo expuesto, esta Comisión considera que la imputada cumplió con el deber de sustanciación previa, en tanto contaba con los medios probatorios que permitirían acreditar la veracidad de la afirmación realizada en la pieza publicitaria materia de cuestionamiento de forma previa a su difusión.

En consecuencia, conforme a lo señalado en los párrafos precedentes, la Comisión considera que corresponde declarar fundada en parte la denuncia formulada por Soluciones Educativas en contra de Academia Vonex en el presente extremo.

b.2. Sobre la presunta comisión de actos de engaño debido a la publicidad difundida a través de la red social *Facebook* informando sobre el número de alumnos ingresantes a la Universidad Nacional Mayor de San Marcos provenientes de su academia de preparación, cuando ello no sería cierto.

En el presente caso, se ha imputado en contra de Academia Vonex, la presunta comisión de actos de engaño, supuesto establecido en el artículo 8 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal, toda vez que con fechas 17, 18 y 26 de marzo de 2024 difundió publicidad a través de la red social *Facebook*, en la que se consignó las siguientes afirmaciones:

(i) *"¡Somos 602 cachimbos San Marcos! Examen de Admisión San Marcos – 2024 –II. Áreas A, B, C, D, y E".*
(ii) *"Tenemos 14 cachimbos de Medicina Humana. Examen de Admisión San Marcos – 2024 –II"*.
(iii) *"Academia Vonex ¡Ahora Somos 624 cachimbos San Marcos! Examen de Admisión San Marcos – 2024 –II. Áreas A, B, C, D, y E" "¡Únete a Vonex ahora mismo y prepárate para alcanzar tus metas académicas! Lista completa aquí (…)"*, respectivamente, informando sobre el número de alumnos ingresantes a la Universidad Nacional Mayor de San Marcos provenientes de su academia de preparación, cuando ello no sería cierto.

Al respecto, la denunciante ha expresado los argumentos que sostienen su denuncia, así como la imputada ha formulado sus argumentos de defensa conforme a lo desarrollado en el numeral 1 de la presente resolución.

Ahora, de manera preliminar, este Colegiado considera pertinente verificar, en primer lugar, si Academia Vonex difundió la publicidad cuestionada, para que, en segundo lugar, se determine si la imputada incurrió en actos de engaño, supuesto establecido en el artículo 8 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal.

Al respecto, de la revisión del expediente, esta Comisión aprecia que la publicidad cuestionada ha sido difundida a través de la página de *Facebook* de titularidad de Academia Vonex, así como el hecho de que la imputada no ha negado su calidad de anunciante.

En ese sentido, habiendo quedado acreditada la calidad de anunciante de la imputada respecto de los anuncios publicitarios materia de cuestionamiento, corresponde analizar si mediante la difusión de estos se incurrió en actos de engaño.

En este punto, es pertinente recordar que, 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:

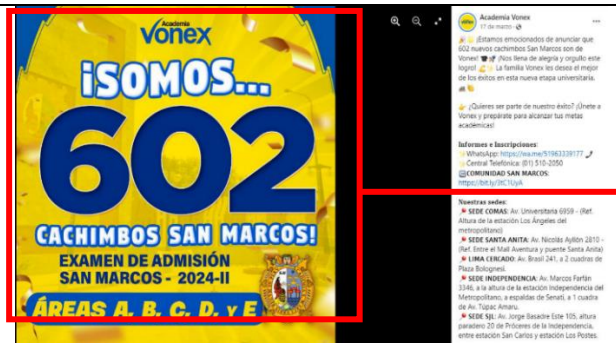
(i) se debe establecer a partir de una apreciación integral y superficial del anuncio publicitario, en qué consiste el contenido del mensaje que reciben los consumidores; y,
(ii) una vez delimitado dicho mensaje, este debe ser corroborado con la realidad y, si existe alguna discordancia, podrá concluirse que el anuncio publicitario es falso o induce a error y, consecuentemente, infringe el principio de veracidad.

INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Calle De la Prosa 104, San Borja, Lima 41 - Perú Telf: 224 7800 / Fax: 224 0348
E-mail: postmaster@indecopi.gob.pe / Web: www.indecopi.gob.pe

Considerando ello, corresponde verificar los anuncios cuestionados, a efectos de determinar claramente cuál ha sido el o los mensajes que un consumidor percibió de los mismos.

- **Respecto de la publicidad difundida el 17 de marzo de 2024 en la red social *Facebook*:**

De una visualización del anuncio publicitario difundido a través de la red social *Facebook*, se puede verificar lo siguiente:

IMAGEN DEL ANUNCIO PUBLICITARIO CUESTIONADO	AFIRMACIÓN
	*"¡Somos 602 cachimbos San Marcos! Examen de Admisión San Marcos – 2024 –II. Áreas A, B, C, D, y E"*

Sobre el particular, del análisis superficial e integral del anuncio publicitario difundido con fecha 17 de marzo de 2024 a través de la red social *Facebook*, la Comisión considera que este trasmite un mensaje publicitario de **carácter objetivo** referido a que 602 estudiantes de la Academia Vonex han ingresado a la Universidad Nacional Mayor de San Marcos en las áreas A, B, C, D y E a través del examen de admisión 2024-II.

En este contexto, al haberse verificado la existencia de un mensaje objetivo en el anuncio materia de cuestionamiento, con relación al segundo paso de la metodología, corresponde a este Colegiado verificar si Academia Vonex contó con los medios probatorios que acreditaban la veracidad de la afirmación difundida de manera previa a su difusión.

En este punto, es pertinente recordar que la carga de acreditar la veracidad de las afirmaciones objetivas corresponde a quien las haya difundido como anunciante. Asimismo, este último deberá cumplir con el deber de sustanciación previa, según el cual el anunciante tiene la carga de contar con las pruebas que acrediten la veracidad de sus afirmaciones objetivas con anterioridad a la difusión del anuncio, conforme se establece en el artículo 8.4 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal.

Aunado a ello, resulta pertinente mencionar que el deber de sustanciación previa implica una doble finalidad: (i) obliga al anunciante a contar con las pruebas que acrediten la información que se pretende trasladar, por lo que ante el requerimiento de la autoridad debe encontrarse en la capacidad de exhibirlas; y, (ii) asegura a los consumidores que los anunciantes cuentan con los soportes respectivos que sustenten los mensajes publicitarios de corte objetivo que se encuentran difundiendo en el mercado, reforzando la transparencia en el mercado y reduciendo los costos de transacción vinculados a los productos o servicios promocionados.

En particular, con la finalidad de acreditar la afirmación materia de cuestionamiento, la imputada adjuntó a su escrito de descargos como medio probatorio el Anexo 1-D, el cual consiste en un documento en formato PDF denominado "1-D - 602 cachimbos" que contiene el nombre de los presuntos estudiantes ingresantes, así como su número de DNI, código de postulante, el área y orden de mérito de ingreso.

INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Calle De la Prosa 104, San Borja, Lima 41 - Perú Telf: 224 7800 / Fax: 224 0348
E-mail: postmaster@indecopi.gob.pe / Web: www.indecopi.gob.pe

Al respecto, con la finalidad de verificar que los estudiantes señalados en el referido documento efectivamente ingresaron a la Universidad Nacional Mayor de San Marcos a través del examen de admisión 2024-II a las áreas A, B, C, D y E, este Colegiado procedió a realizar la respectiva comprobación a través de la digitalización de sus nombres o códigos en la página web de la referida universidad. De tal forma, se verificó que cada uno de los estudiantes cuentan con la observación "ALCANZÓ VACANTE".

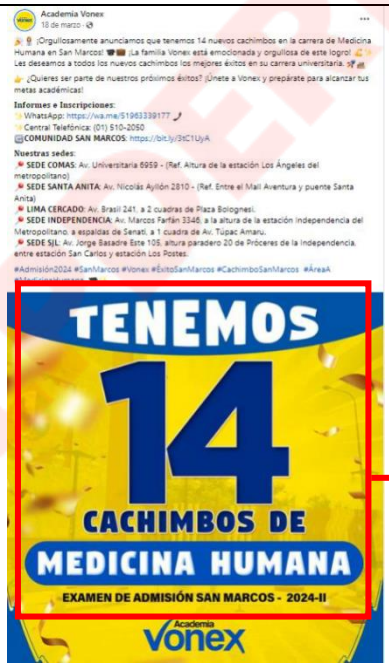
Asimismo, para acreditar la veracidad de la afirmación cuestionada, este Colegiado considera que es sustancial que se acredite que los estudiantes que ingresaron a la universidad a través del examen de admisión en cuestión hayan estudiado en la Academia Vonex como mínimo en el ciclo inmediatamente anterior a la fecha del referido examen. Por tal motivo, se realizó una revisión detallada de las fichas de matrícula y las boletas de pago que fueron presentadas por la imputada, con lo cual se comprobó que los estudiantes señalados en el documento denominado "1-D - 602 cachimbos" efectivamente, fueron estudiantes de la academia de la imputada en el ciclo inmediatamente anterior al examen de admisión 2024-II de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

En ese sentido, de la revisión del medio probatorio presentado por la imputada, este Colegiado aprecia que se ha logrado acreditar que un total de 602 estudiantes de la Academia Vonex ingresaron a la Universidad Nacional Mayor de San Marcos en las áreas A, B, C, D y E, a través del examen de admisión 2024-II.

Por lo expuesto, esta Comisión considera que la imputada presentó los medios probatorios que acreditan la veracidad de la afirmación realizada en la pieza publicitaria materia de cuestionamiento de forma previa a su difusión.

- **Respecto de la publicidad difundida el 18 de marzo de 2024 en la red social *Facebook*:**

De una visualización del anuncio publicitario difundido a través de la red social *Facebook*, se puede verificar lo siguiente:

IMAGEN DEL ANUNCIO PUBLICITARIO CUESTIONADO	AFIRMACIÓN
	*"Tenemos 14 cachimbos de Medicina Humana. Examen de Admisión San Marcos – 2024 –II"*

INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Calle De la Prosa 104, San Borja, Lima 41 - Perú Telf: 224 7800 / Fax: 224 0348
E-mail: postmaster@indecopi.gob.pe / Web: www.indecopi.gob.pe

Sobre el particular, del análisis superficial e integral del anuncio publicitario difundido con fecha 18 de marzo de 2024 a través de la red social *Facebook*, la Comisión considera que este trasmite un mensaje publicitario de **carácter objetivo** referido a que 14 estudiantes de la Academia Vonex han ingresado a la carrera de medicina humana en el examen de admisión 2024-II de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

En este contexto, al haberse verificado la existencia de un mensaje objetivo en el anuncio materia de cuestionamiento, con relación al segundo paso de la metodología, corresponde a este Colegiado verificar si Academia Vonex contó con los medios probatorios que acreditaban la veracidad de la afirmación difundida de manera previa a su difusión.

En este punto, es pertinente recordar que la carga de acreditar la veracidad de las afirmaciones objetivas corresponde a quien las haya difundido como anunciante. Asimismo, este último deberá cumplir con el deber de sustanciación previa, según el cual el anunciante tiene la carga de contar con las pruebas que acrediten la veracidad de sus afirmaciones objetivas con anterioridad a la difusión del anuncio, conforme se establece en el artículo 8.4 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal.

Aunado a ello, resulta pertinente mencionar que el deber de sustanciación previa implica una doble finalidad: (i) obliga al anunciante a contar con las pruebas que acrediten la información que se pretende trasladar, por lo que ante el requerimiento de la autoridad debe encontrarse en la capacidad de exhibirlas; y, (ii) asegura a los consumidores que los anunciantes cuentan con los soportes respectivos que sustenten los mensajes publicitarios de corte objetivo que se encuentran difundiendo en el mercado, reforzando la transparencia en el mercado y reduciendo los costos de transacción vinculados a los productos o servicios promocionados.

En particular, con la finalidad de acreditar la afirmación materia de cuestionamiento, la imputada adjuntó a su escrito de descargos como medio probatorio el Anexo 1-E, el cual consiste en un documento en formato PDF denominado “1-E 14 cachimbos MED” que contiene el nombre de los presuntos estudiantes ingresantes, así como su número de DNI, código de postulante y el área a la que ingresaron.

Al respecto, con la finalidad de verificar que los estudiantes señalados en el referido documento efectivamente ingresaron a la carrera de medicina humana en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos a través del examen de admisión 2024-II, este Colegiado procedió a realizar la respectiva comprobación a través de la digitalización de sus nombres o códigos en la página web de la referida universidad. De tal forma, se verificó que cada uno de los estudiantes cuentan con la observación “ALCANZÓ VACANTE” en la carrera de medicina humana.

Asimismo, para acreditar la veracidad de la afirmación cuestionada, este Colegiado considera que es sustancial que se acredite que los estudiantes que ingresaron a la universidad a través del examen de admisión en cuestión hayan estudiado en la Academia Vonex como mínimo en el ciclo inmediatamente anterior a la fecha del referido examen. Por tal motivo, se realizó una revisión detallada de las fichas de matrícula y las boletas de pago que fueron presentadas por la imputada, con lo cual se comprobó que los estudiantes señalados en el documento denominado “1-E 14 cachimbos MED” efectivamente, fueron estudiantes de la academia de la imputada en el ciclo inmediatamente anterior al examen de admisión 2024-II de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

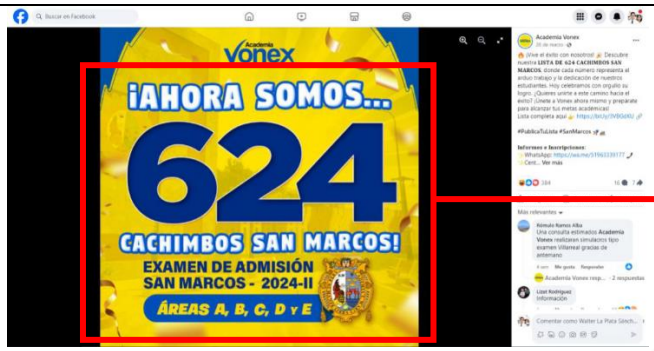
En ese sentido, de la revisión del medio probatorio presentado por la imputada, este Colegiado aprecia que se ha logrado acreditar que un total de 14 estudiantes de la Academia Vonex ingresaron a la carrera de medicina humana en el examen de admisión 2024-II de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Calle De la Prosa 104, San Borja, Lima 41 - Perú Telf: 224 7800 / Fax: 224 0348
E-mail: postmaster@indecopi.gob.pe / Web: www.indecopi.gob.pe

Por lo expuesto, esta Comisión considera que la imputada cumplió con presentar los medios probatorios que permitieron acreditar la veracidad de la afirmación realizada en la pieza publicitaria materia de cuestionamiento de forma previa a su difusión.

- **Respecto de la publicidad difundida el 26 de marzo de 2024 en la red social *Facebook*:**

De una visualización del anuncio publicitario difundido a través de la red social *Facebook*, se puede verificar lo siguiente:

IMAGEN DEL ANUNCIO PUBLICITARIO CUESTIONADO	AFIRMACIÓN
	*"Academia Vonex ¡Ahora Somos 624 cachimbos San Marcos! Examen de Admisión San Marcos – 2024 –II. Áreas A, B, C, D, y E" "¡Únete a Vonex ahora mismo y prepárate para alcanzar tus metas académicas! Lista completa aquí (…)"*

Sobre el particular, del análisis superficial e integral del anuncio publicitario difundido con fecha 26 de marzo de 2024 a través de la red social *Facebook*, la Comisión considera que este trasmite un mensaje publicitario de **carácter objetivo** referido a que 624 estudiantes de la Academia Vonex han ingresado a la Universidad Nacional Mayor de San Marcos en las áreas A, B, C, D y E a través del examen de admisión 2024-II.

En este contexto, al haberse verificado la existencia de un mensaje objetivo en el anuncio materia de cuestionamiento, con relación al segundo paso de la metodología, corresponde a este Colegiado verificar si Academia Vonex contó con los medios probatorios que acreditaban la veracidad de la afirmación difundida de manera previa a su difusión.

En este punto, es pertinente recordar que la carga de acreditar la veracidad de las afirmaciones objetivas corresponde a quien las haya difundido como anunciante. Asimismo, este último deberá cumplir con el deber de sustanciación previa, según el cual el anunciante tiene la carga de contar con las pruebas que acrediten la veracidad de sus afirmaciones objetivas con anterioridad a la difusión del anuncio, conforme se establece en el artículo 8.4 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal.

Aunado a ello, resulta pertinente mencionar que el deber de sustanciación previa implica una doble finalidad: (i) obliga al anunciante a contar con las pruebas que acrediten la información que se pretende trasladar, por lo que ante el requerimiento de la autoridad debe encontrarse en la capacidad de exhibirlas; y, (ii) asegura a los consumidores que los anunciantes cuentan con los soportes respectivos que sustenten los mensajes publicitarios de corte objetivo que se encuentran difundiendo en el mercado, reforzando la transparencia en el mercado y reduciendo los costos de transacción vinculados a los productos o servicios promocionados.

En particular, con la finalidad de acreditar la afirmación materia de cuestionamiento, la imputada adjuntó a su escrito de descargos como medio probatorio el Anexo 1-F, el cual consiste en un documento en formato PDF denominado "1-F - 697 cachimbos" que contiene el nombre de los

INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Calle De la Prosa 104, San Borja, Lima 41 - Perú Telf: 224 7800 / Fax: 224 0348
E-mail: postmaster@indecopi.gob.pe / Web: www.indecopi.gob.pe

presuntos estudiantes ingresantes, así como su número de DNI, código de postulante y el área a la que ingresaron.

Al respecto, con la finalidad de verificar que los estudiantes señalados en el referido documento efectivamente ingresaron a la Universidad Nacional Mayor de San Marcos a través del examen de admisión 2024-II a las áreas A, B, C, D y E, este Colegiado procedió a realizar la respectiva comprobación a través de la digitalización de sus nombres o códigos en la página web de la referida universidad. De tal forma, se verificó que cada uno de los estudiantes cuentan con la observación "ALCANZÓ VACANTE".

Asimismo, para acreditar la veracidad de la afirmación cuestionada, este Colegiado considera que es sustancial que se acredite que los estudiantes que ingresaron a la universidad a través del examen de admisión en cuestión hayan estudiado en la Academia Vonex como mínimo en el ciclo inmediatamente anterior a la fecha del referido examen. Por tal motivo, se realizó una revisión detallada de las fichas de matrícula y las boletas de pago que fueron presentadas por la imputada, con lo cual se comprobó que los estudiantes señalados en el documento denominado "1-F - 697 cachimbos" efectivamente, fueron estudiantes de la academia de la imputada en el ciclo inmediatamente anterior al examen de admisión 2024-II de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

En ese sentido, de la revisión del medio probatorio presentado por la imputada, este Colegiado aprecia que se ha logrado acreditar que más de 624 estudiantes de la Academia Vonex ingresaron a la Universidad Nacional Mayor de San Marcos en las áreas A, B, C, D y E a través del examen de admisión 2024-II.

Por lo expuesto, esta Comisión considera que la imputada cumplió presentar los medios probatorios que permitieron acreditar la veracidad de la afirmación realizada en la pieza publicitaria materia de cuestionamiento.

En consecuencia, conforme a lo señalado en los párrafos precedentes, la Comisión considera que corresponde declarar infundada la denuncia formulada por Soluciones Educativas en contra de Academia Vonex en el presente extremo.

b.3. Sobre la presunta comisión de actos de engaño debido a la publicidad difundida a través de la red social *Facebook* informando sobre el número de alumnos ingresantes a la Universidad Nacional Federico Villareal provenientes de su academia de preparación, cuando ello no sería cierto.

En el presente caso, se ha imputado en contra de Academia Vonex, la presunta comisión de actos de engaño, supuesto establecido en el artículo 8 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal, toda vez que con fecha 29 de abril de 2024 difundió publicidad a través de la red social *Facebook*, en la cual se consignó la afirmación *"¡Felicidades! 110 cachimbos Federico Villareal. Examen de Admisión - 2024"*, informando sobre el número de alumnos ingresantes a la Universidad Nacional Federico Villareal provenientes de su academia de preparación, cuando ello no sería cierto.

Al respecto, la denunciante ha expresado los argumentos que sostienen su denuncia, así como la imputada ha formulado sus argumentos de defensa conforme a lo desarrollado en el numeral 1 de la presente resolución.

Ahora, de manera preliminar, este Colegiado considera pertinente verificar, en primer lugar, si Academia Vonex difundió la publicidad cuestionada, para que, en segundo lugar, se determine si la imputada incurrió en actos de engaño, supuesto establecido en el artículo 8 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal.

INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Calle De la Prosa 104, San Borja, Lima 41 - Perú Telf: 224 7800 / Fax: 224 0348
E-mail: postmaster@indecopi.gob.pe / Web: www.indecopi.gob.pe

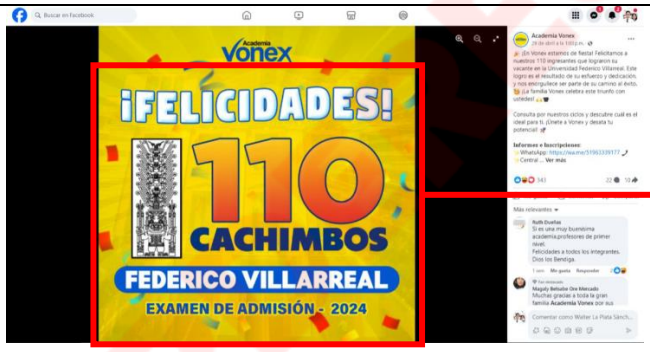
Al respecto, de la revisión del expediente, esta Comisión aprecia que la publicidad cuestionada ha sido difundida a través de la página de *Facebook* de titularidad de Academia Vonex, así como el hecho de que la imputada no ha negado su calidad de anunciante.

En ese sentido, habiendo quedado acreditada la calidad de anunciante de la imputada respecto de los anuncios publicitarios materia de cuestionamiento, corresponde analizar si mediante la difusión de estos se incurrió en actos de engaño.

En este punto, es pertinente recordar que, 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.

Considerando ello, corresponde verificar el anuncio cuestionado, a efectos de determinar claramente cuál ha sido el o los mensajes que un consumidor percibió del mismo. De una visualización del anuncio publicitario difundido a través de la red social *Facebook*, se puede verificar lo siguiente:

IMAGEN DEL ANUNCIO PUBLICITARIO CUESTIONADO	AFIRMACIÓN
	*"¡Felicidades! 110 cachimbos Federico Villareal. Examen de Admisión - 2024"*

Sobre el particular, del análisis superficial e integral del anuncio publicitario difundido con fecha 29 de abril de 2024 a través de la red social *Facebook*, la Comisión considera que este trasmite un mensaje publicitario de **carácter objetivo** referido a que 110 estudiantes de la Academia Vonex han ingresado a la Universidad Nacional Federico Villareal a través del examen de admisión 2024.

En este contexto, al haberse verificado la existencia de un mensaje objetivo en el anuncio materia de cuestionamiento, con relación al segundo paso de la metodología, corresponde a este Colegiado verificar si Academia Vonex contó con los medios probatorios que acreditaban la veracidad de la afirmación difundida de manera previa a su difusión.

INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Calle De la Prosa 104, San Borja, Lima 41 - Perú Telf: 224 7800 / Fax: 224 0348
E-mail: postmaster@indecopi.gob.pe / Web: www.indecopi.gob.pe

En este punto, es pertinente recordar que la carga de acreditar la veracidad de las afirmaciones objetivas corresponde a quien las haya difundido como anunciante. Asimismo, este último deberá cumplir con el deber de sustanciación previa, según el cual el anunciante tiene la carga de contar con las pruebas que acrediten la veracidad de sus afirmaciones objetivas con anterioridad a la difusión del anuncio, conforme se establece en el artículo 8.4 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal.

Aunado a ello, resulta pertinente mencionar que el deber de sustanciación previa implica una doble finalidad: (i) obliga al anunciante a contar con las pruebas que acrediten la información que se pretende trasladar, por lo que ante el requerimiento de la autoridad debe encontrarse en la capacidad de exhibirlas; y, (ii) asegura a los consumidores que los anunciantes cuentan con los soportes respectivos que sustenten los mensajes publicitarios de corte objetivo que se encuentran difundiendo en el mercado, reforzando la transparencia en el mercado y reduciendo los costos de transacción vinculados a los productos o servicios promocionados.

En particular, con la finalidad de acreditar la afirmación materia de cuestionamiento, la imputada adjuntó a su escrito de descargos como medio probatorio el Anexo 1-G, el cual consiste en un documento en formato PDF denominado “1-G 110 cachimbos VILLAREAL” que contiene el nombre de los presuntos estudiantes ingresantes, así como su número de DNI, el área a la que ingresaron y el puntaje obtenido.

Al respecto, con la finalidad de verificar que los estudiantes señalados en el referido documento ingresaron a la Universidad Nacional Federico Villarreal a través del examen de admisión 2024, este Colegiado procedió a realizar la respectiva comprobación a través de la digitalización de su número de DNI en la página de la referida universidad. De tal forma, se verificó que cada uno de los estudiantes cuentan con la condición “INGRESÓ”.

Asimismo, para acreditar la veracidad de la afirmación cuestionada, este Colegiado considera que es sustancial que se acredite que los estudiantes que ingresaron a la universidad a través del examen de admisión en cuestión hayan estudiado en la Academia Vonex como mínimo en el ciclo inmediatamente anterior a la fecha del referido examen. Por tal motivo, se realizó una revisión detallada de las fichas de matrícula y las boletas de pago que fueron presentadas por la imputada, con lo cual se comprobó que los estudiantes señalados en el documento denominado “1-G 110 cachimbos VILLAREAL”, efectivamente fueron estudiantes de la academia de la imputada en el ciclo inmediatamente anterior al examen de admisión 2024 de la Universidad Nacional Federico Villareal.

En ese sentido, de la revisión del medio probatorio presentado por la imputada, este Colegiado aprecia que se ha logrado acreditar que un total un total de 110 estudiantes de la Academia Vonex han ingresado a la Universidad Nacional Federico Villareal a través del examen de admisión 2024.

En consevuencia, esta Comisión considera que la imputada cumplió con presentar los medios probatorios que permitieron acreditar la veracidad de la afirmación realizada en la pieza publicitaria materia de cuestionamiento.

Finalmente, con relación a lo señalado por Academia Vonex referido laenuncia presentada por Piero Samame Cienfuegos en contra de Academia Vonex en otras áres del Indecopi, este Colegiado considera pertinente recordar que el presente procedimiento se trata de verificar la veracidad de las afirmaciones difundidas por la imputada y no así el comportamiento de la denunciante.

Por todo lo expuesto, conforme a lo señalado en los párrafos precedentes, la Comisión considera que corresponde declarar infundada la denuncia formulada por Soluciones Educativas en contra de Academia Vonex en el presente extremo.

4.2. La pertinencia de imponer una medida correctiva

INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Calle De la Prosa 104, San Borja, Lima 41 - Perú Telf: 224 7800 / Fax: 224 0348
E-mail: postmaster@indecopi.gob.pe / Web: www.indecopi.gob.pe

De conformidad con el numeral 55.1 del artículo 55 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.

Al respecto, es 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, ha quedado acreditado que Academia Vonex incurrió en actos de engaño. En consecuencia, la Comisión considera que la posibilidad de que el anuncio infractor sea difundido en otra oportunidad justifica que se ordene una medida correctiva destinada a evitar que la conducta infractora se repita en el futuro.

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

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

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

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

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

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

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

INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Calle De la Prosa 104, San Borja, Lima 41 - Perú Telf: 224 7800 / Fax: 224 0348
E-mail: postmaster@indecopi.gob.pe / Web: www.indecopi.gob.pe

los efectos positivos del mismo en el mercado y en perjuicio de un determinado bien o servicio, debe denegarse la rectificación solicitada.

Sobre el particular, Soluciones Educativas solicitó a la Comisión que ordene a la infractora, la publicación de avisos en las redes sociales de la imputada en los cuales se rectifique y comunique que las frases publicitarias cuestionadas no eran verdaderas.

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

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

4.4. La pertinencia de ordenar la publicación de la resolución condenatoria

En su denuncia, Soluciones Educativas solicitó a la Comisión que ordenara la publicación de la resolución condenatoria. Sobre el particular, el artículo 55.1 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal señala que, de acreditarse las infracciones a este cuerpo legal, la Comisión podrá dictar medidas correctivas conducentes a restablecer la leal competencia en el mercado, las mismas que, entre otras, podrán consistir en la publicación de la resolución condenatoria.

Del mismo modo, el artículo 43 de la Ley sobre Facultades, Normas y Organización del Indecopi, establece que el Directorio de Indecopi, a solicitud de los órganos funcionales pertinentes, podrá ordenar la publicación de las resoluciones que emita la institución en el Diario Oficial “El Peruano” cuando lo considere necesario por constituir dichas resoluciones precedentes de observancia obligatoria o por considerar que dichas resoluciones son de importancia para proteger los derechos de los consumidores.

En aplicación de los criterios previamente mencionados, tenemos que:

1. Pese a las infracciones en las que incurrió la imputada, el derecho de los consumidores se ve suficientemente salvaguardado por las medidas correctivas establecidas en la presente resolución.

2. Al momento de resolverse este expediente, no se ha aprobado un precedente de observancia obligatoria, sino que se han utilizado criterios de interpretación que ya venían siendo aplicados por la Comisión y por la Sala para la solución de casos similares a éste.

Por lo tanto, corresponde denegar el pedido de publicación de la resolución condenatoria solicitado por la denunciante.

4.5. El pedido de costas y costos formulado por Soluciones Educativas

En su escrito de denuncia, Soluciones Educativas solicitó a la Comisión que condenara a Academia Vonex al pago de las costas y los costos en los que incurriera durante la tramitación del presente procedimiento.

Sobre el particular, corresponde señalar que, conforme a lo dispuesto en el artículo 7 del Decreto

INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Calle De la Prosa 104, San Borja, Lima 41 - Perú Telf: 224 7800 / Fax: 224 0348
E-mail: postmaster@indecopi.gob.pe / Web: www.indecopi.gob.pe

Legislativo N° 807 (en adelante, Ley sobre Facultades, Normas y Organización del Indecopi) en cualquier procedimiento contencioso seguido ante el Indecopi, la Comisión además de imponer la sanción que corresponda, podrá ordenar que el infractor asuma el pago de las costas y los costos del procedimiento en que hubiera incurrido el denunciante o el Indecopi.

En el presente caso, de conformidad con el análisis realizado previamente, la Comisión aprecia que Academia Vonex ha cometido una infracción a la Ley de Represión de la Competencia Desleal, por lo que, corresponde acceder al pedido de Soluciones Educativas y ordenar a la infractora el pago de las costas y los costos del presente procedimiento.

4.6. Graduación de la sanción

4.6.1. Normas y criterios aplicables

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

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

> **Artículo 52º.- Parámetros de la sanción. –**
> 52.1.- La realización de actos de competencia desleal constituye una infracción a las disposiciones de la presente Ley y será sancionada por la Comisión bajo los siguientes parámetros:
>
> a) Si la infracción fuera calificada como leve y no hubiera producido una afectación real en el mercado, con una amonestación;
> b) Si la infracción fuera calificada como leve, con una multa de hasta cincuenta (50) Unidades Impositivas Tributarias (UIT) y que no supere el diez por ciento (10%) de los ingresos brutos percibidos por el infractor, relativos a todas sus actividades económicas, correspondientes al ejercicio inmediato anterior al de la expedición de la resolución de la Comisión;
> c) Si la infracción fuera calificada como grave, una multa de hasta doscientas cincuenta (250) UIT y que no supere el diez por ciento (10%) de los ingresos brutos percibidos por el infractor, relativos a todas sus actividades económicas, correspondientes al ejercicio inmediato anterior al de la expedición de la resolución de la Comisión; y,
> 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.

INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Calle De la Prosa 104, San Borja, Lima 41 - Perú Telf: 224 7800 / Fax: 224 0348
E-mail: postmaster@indecopi.gob.pe / Web: www.indecopi.gob.pe

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.

b) Decreto Supremo que aprueba la graduación, metodología y factores para la determinación de las multas que impongan los órganos resolutivos del Indecopi respecto de las infracciones sancionables en el ámbito de su competencia

Asimismo, a efectos de graduar la sanción aplicable por la comisión de infracciones a la Ley de Represión de la Competencia Desleal, es pertinente tomar en consideración lo dispuesto en la Metodología para la determinación de multas que impongan los órganos resolutivos del Indecopi, aprobado por Decreto Supremo Nº 032-2021-PCM.

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

a. Método basado en valores preestablecidos

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

i. Se desarrolló por un período menor a dos años.
ii. No dañó ni puso en riesgo la vida y/o salud de las personas.
iii. Tuvo un alcance geográfico menor al nivel nacional. [10]

Cabe precisar que, en materia de competencia desleal, en consideración de las características especiales de las infracciones, la regla de elección descrita en el párrafo previo aplica solo para las infracciones desarrolladas mediante mecanismos publicitarios. [11]

[10] Dicho alcance es determinado por cada órgano resolutivo (OR) conforme a las características de cada caso en concreto y la naturaleza de la infracción.

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

INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Calle De la Prosa 104, San Borja, Lima 41 - Perú Telf: 224 7800 / Fax: 224 0348
E-mail: postmaster@indecopi.gob.pe / Web: www.indecopi.gob.pe

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

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

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

Cabe precisar que el tamaño del infractor se puede obtener a partir de su nivel de ventas anuales en Unidades Impositivas Tributarias (UIT)[12]; la duración de la infracción que corresponde ser determinada por el órgano resolutivo, conforme a las características de cada caso en concreto y la naturaleza de la infracción; mientras que el nivel de afectación de la infracción está determinado por el tipo de bien o servicio involucrado y el grado de alcance de los medios utilizados en su difusión.

En particular, con relación al nivel de afectación, los niveles de afectación son determinados de acuerdo con la modalidad y alcance de la práctica infractora, entre otras características del caso en concreto, conforme se detalla en el Cuadro 17.

Cuadro 17
CCD y SDC- PERÚ: TIPO DE AFECTACIÓN, SEGÚN TIPO DE INFRACCIÓN

Afectación	Tipo de infracción
Muy alta	Infracciones que involucran bienes y servicios vinculados a salud (medicamentos), alimentación o productos naturales con alegaciones terapéuticas[1/] cuya difusión utiliza medios de alto alcance (que no sea nacional) para llegar a gran cantidad de consumidores.
Alta	Infracciones que involucran bienes y servicios vinculados a salud, alimentación o productos naturales con alegaciones terapéuticas[1/] cuya difusión utiliza medios de alcance intermedio (medios de difusión regional). Infracciones relativas a bienes y servicios que en general no estén vinculados a la salud cuya difusión utiliza medios de alto alcance (que no sea nacional) para llegar a gran cantidad de consumidores.
Media	Infracciones que involucran bienes y servicios vinculados a salud alimentación o productos naturales con alegaciones terapéuticas[1/] cuya difusión utiliza medios de alcance limitado (medios de difusión local) o muy limitado. Infracciones relativas a bienes y servicios que en general que no estén vinculados a la salud cuya difusión utiliza un medio de difusión que presenta un alcance intermedio (medios de difusión regional).
Baja	Infracciones asociadas a bienes y servicios en general que no estén vinculados a la salud y en las que se utilizó un medio de difusión que presenta un alcance limitado (medios de difusión local).
Muy baja	Infracciones asociadas a bienes y servicios que en general no estén vinculados a la salud y cuya difusión presenta un alcance muy limitado. Infracciones relativas a falta de atención a requerimientos de información de la Autoridad (cuando no afectan la resolución del caso).[2/]

[1/] Que no involucren un riesgo o daño a la salud.
[2/] Infracciones establecidas en el artículo 5 del Decreto Legislativo Nº 807.

Asimismo, se deberá considerar lo dispuesto en el Cuadro 21, en el cual se presentan los montos establecidos para los procedimientos por competencia desleal:

[12] En línea con lo establecido en la Ley Nº 30056 respecto a la clasificación de empresas según nivel de ventas en UIT, conforme a lo siguiente:
- Microempresa: ventas anuales desde 1 UIT hasta 150 UIT.
- Pequeña empresa: ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta 1700 UIT.
- Mediana empresa: ventas anuales superiores a 1700 UIT y hasta 2300 UIT.
- Gran empresa: ventas anuales superiores a 2300 UIT.

INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Calle De la Prosa 104, San Borja, Lima 41 - Perú Telf: 224 7800 / Fax: 224 0348
E-mail: postmaster@indecopi.gob.pe / Web: www.indecopi.gob.pe

Cuadro 21
CCD Y SDC (CUANDO ACTÚE COMO SEGUNDA INSTANCIA): MONTO PREESTABLECIDO DE k_{ij}, POR TAMAÑO DEL INFRACTOR, SEGÚN TIPO DE AFECTACIÓN (UIT)

Tipo de afectación	Tamaño del infractor			
	Micro empresa o persona natural	Pequeña empresa	Mediana empresa	Gran Empresa
Muy baja	1,40	3,01	5,74	10,95
Baja	2,06	5,73	11,20	23,03
Moderada	3,36	11,15	24,58	46,92
Alta	5,30	23,03	52,91	89,24
Muy alta	9,29	49,14	115,70	211,43

De esta manera, en el caso de "método basado en valores preestablecidos", el cálculo de la Multa Base se determina mediante la multiplicación de los tres factores: (i) el tamaño del infractor; (ii) la duración de la infracción; (iii) el nivel de afectación de la infracción.

Posteriormente, corresponde la valoración de las circunstancias que pueden incrementar (agravar) o reducir (atenuar) el monto de la multa base[13], conforme al Cuadro 2, que se muestra a continuación:

[13] Cabe mencionar que las circunstancias atenuantes pueden reducir la multa base hasta en un 50% y que las circunstancias agravantes pueden incrementarla hasta en un 100%.

En caso el OR determine que el hecho infractor presenta algunas de las circunstancias agravantes o atenuantes que figuran en el Cuadro 2, debe considerar los valores señalados en dicho cuadro, en tanto sean compatibles con su marco legal especial. Por ende, pueden existir casos en los que el marco normativo establece circunstancias atenuantes o agravantes específicas y sus respectivos valores de reducción o incremento, en cuyo caso prima lo indicado en dicho marco normativo en consideración de su respectiva jerarquía, pero tratando de conciliar en lo posible dicho criterio con el presente Decreto Supremo.

Cabe señalar que los OR pueden considerar otras circunstancias atenuantes o agravantes adicionales a las que se presentan en el Cuadro 2, siempre que sean pertinentes de acuerdo con las características de cada caso en particular y en la medida que su marco legal especial se lo permita.

INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Calle De la Prosa 104, San Borja, Lima 41 - Perú Telf: 224 7800 / Fax: 224 0348
E-mail: postmaster@indecopi.gob.pe / Web: www.indecopi.gob.pe

LPDERECHO.PE

Cuadro 2
CIRCUNSTANCIAS AGRAVANTES Y ATENUANTES CON SUS RESPECTIVOS PORCENTAJES DE AUMENTO Y REDUCCIÓN

Circunstancias agravantes	f_i
f_1: Reincidencia.	
1. No aplica o no hay reincidencia.	0%
2. Primera reincidencia.	25%
3. Segunda reincidencia.	50%
4. Tercera reincidencia a más.	100%
f_2: Reiterancia.	
1. No aplica o no hay reiterancia.	0%
2. Primera reiterancia.	10%
3. Segunda reiterancia.	30%
4. Tercera reiterancia a más.	40%
f_3: La conducta del denunciado a lo largo del procedimiento que contravenga el principio de conducta procedimental.	
1. No aplica o no contravino el principio de conducta procedimental.	0%
2. Contravino el principio de conducta procedimental.	25%
f_4: Cuando la conducta infractora haya puesto en riesgo u ocasionado daño a la salud, la vida o la seguridad de personas.[1]	
1. La conducta no puso en riesgo ni generó daños.	0%
2. La conducta generó riesgo.	30%
3. La conducta ocasionó daños.	75%
f_5: Cuando el denunciado, teniendo conocimiento de la conducta infractora, deja de adoptar las medidas necesarias para evitar o mitigar sus consecuencias.	
1. No aplica.	0%
2. Dejó de adoptar medidas para mitigar consecuencias.	25%
f_6: Cuando la conducta infractora haya afectado el interés colectivo o difuso.	
1. No afectó el interés colectivo o difuso.	0%
2. Afectó el interés colectivo o difuso.	30%

Circunstancias atenuantes	f_i
f_7: La presentación por el denunciado de una propuesta conciliatoria dentro del procedimiento administrativo que coincida con la medida correctiva ordenada por el órgano resolutivo.[2]	
1. No aplica o no presentó propuesta conciliatoria.	0%
2. Presentó propuesta conciliatoria.	-10%
3. Presentó propuesta conciliatoria que coincide con la medida correctiva ordenada por el órgano resolutivo.	-30%
f_8: Cuando el denunciado acredite haber concluido con la conducta ilegal tan pronto tuvo conocimiento de esta y haber iniciado las acciones necesarias para remediar los efectos adversos de la misma.[3]	
1. El denunciado no acredita haber concluido con la conducta ilegal y haber iniciado acciones necesarias para remediar sus efectos.	0%
2. El denunciado acredita haber concluido con la conducta ilegal y haber iniciado acciones necesarias para remediar sus efectos.	-30%
f_9: Cuando el denunciado reconoce las imputaciones o se allana a las pretensiones después de la presentación de sus descargos.[3]	
1. No aplica o el denunciado no se allana ni reconoce las imputaciones.	0%
2. El denunciado se allana o reconoce las imputaciones fuera del plazo concedido para la presentación de sus descargos.[4]	-50%
f_{10}: Cuando el administrado reconoce su responsabilidad de forma expresa y por escrito con anterioridad y posterioridad al Informe Final de Instrucción.[3]	
1. No aplica o el administrado no reconoce su responsabilidad.	0%
2. El administrado reconoce su responsabilidad con anterioridad al Informe Final de Instrucción.	-10%
3. El administrado reconoce su responsabilidad con posterioridad al Informe Final de Instrucción.	-0.5%
f_{11}: Cuando el denunciado acredite que cuenta con un programa efectivo para el cumplimiento de la regulación contenida en la normativa.[6]	
1. No aplica o el denunciado no puede acreditar que cuenta con un programa para el cumplimiento de la regulación.	0%
2. Cuenta con un programa efectivo de cumplimiento.	-30%

Por lo que, siguiendo dicha secuencia, se determina la Multa Preliminar.

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

Por su parte, en el escenario de que se determine que para el caso en concreto corresponde "método basado en un porcentaje de las ventas del producto o servicio afectado", la estimación de la Multa Base (m) se determina a partir de la multiplicación de un porcentaje de las ventas del producto o servicio durante el período de la infracción (α x V) [14], que representa una aproximación del beneficio ilícito, por el factor de disuasión (g).

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

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

El factor de porcentaje de las ventas del producto o servicio afectado (α) es una variable que requiere ser estimada, mientras que el valor de las ventas del período de infracción (V) es proporcionado directamente por la infractora.

El cálculo del factor (α) se obtiene mediante una aproximación de los beneficios económicos, como proporción de las ventas, que habría obtenido la infractora por la supuesta comisión de la conducta declarada como infractora. En particular, la estimación del factor (α) se obtiene mediante la

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

INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Calle De la Prosa 104, San Borja, Lima 41 - Perú Telf: 224 7800 / Fax: 224 0348
E-mail: postmaster@indecopi.gob.pe / Web: www.indecopi.gob.pe

multiplicación del efecto de la infracción sobre la cantidad vendida del producto o servicio afectado (z) y el margen de utilidad operativa (h).

Por su parte, la Comisión debe determinar el nivel de disuasión (g) a partir de las características y los valores establecidos en los Cuadros 25 y 26 de la citada Metodología

Cuadro 25
CARACTERÍSTICAS SEGÚN NIVEL DE DISUASIÓN

Nº	Característica			Nivel de disuasión
1	Acciones que conlleven a un ocultamiento de información.	Clandestinidad / informalidad.[1/]	Acciones no programadas de supervisión o fiscalización.	Alto
2	Denuncias de terceros.	Reportes de terceros.	Información disponible pero limitada por ser insuficiente, fragmentada o dispersa.	Medio
3	Autoreporte[2/]	Acciones programadas de supervisión y fiscalización.	Información confiable, completa y de fácil acceso.	Bajo

Cuadro 26
VALORES PARA EL FACTOR *g* EN MATERIA DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA[1/], SEGÚN NIVEL DE DISUASIÓN

Nivel de disuasión	Valores de "*g*"
Alto	3,77
Medio	2,42
Bajo	1,86

De esta manera, en el caso de "método basado en un porcentaje de las ventas del producto o servicio afectado", el cálculo de la Multa Base se determina mediante la multiplicación de un porcentaje de las ventas del producto o servicio durante el período de la infracción (α x V), que representa una aproximación del beneficio ilícito, por el factor de disuasión (g).

Posteriormente, corresponde la valoración de las circunstancias que pueden incrementar (agravar) o reducir (atenuar) el monto de la multa base[15], conforme al Cuadro 2, lo que determina la Multa Preliminar.

4.6.2. Aplicación al presente caso

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

[15] Cabe mencionar que las circunstancias atenuantes pueden reducir la multa base hasta en un 50% y que las circunstancias agravantes pueden incrementarla hasta en un 100%.

En caso el OR determine que el hecho infractor presenta algunas de las circunstancias agravantes o atenuantes que figuran en el Cuadro 2, debe considerar los valores señalados en dicho cuadro, en tanto sean compatibles con su marco legal especial. Por ende, pueden existir casos en los que el marco normativo establece circunstancias atenuantes o agravantes específicas y sus respectivos valores de reducción o incremento, en cuyo caso prima lo indicado en dicho marco normativo en consideración de su respectiva jerarquía, pero tratando de conciliar en lo posible dicho criterio con el presente Decreto Supremo.

Cabe señalar que los OR pueden considerar otras circunstancias atenuantes o agravantes adicionales a las que se presentan en el Cuadro 2, siempre que sean pertinentes de acuerdo con las características de cada caso en particular y en la medida que su marco legal especial se lo permita.

INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Calle De la Prosa 104, San Borja, Lima 41 - Perú Telf: 224 7800 / Fax: 224 0348
E-mail: postmaster@indecopi.gob.pe / Web: www.indecopi.gob.pe

Ahora bien, conforme a sido explicado ampliamente, se ha identificado que Academia Vonex ha incurrido en la comisión de actos de competencia desleal en la modalidad de engaño, toda vez que con fechas 11 y 14 de marzo de 2024 difundió publicidades a través de la red social *Instagram*, en la que se consignó las siguientes afirmaciones: *"¡Somos 467 cachimbos San Marcos! Examen de Admisión San Marcos – 2024 –II. Áreas B, C, D, y E" y "*En este examen de admisión San Marcos 2024-II tuvimos 467 cachimbos", informando sobre el número de alumnos ingresantes a la Universidad Nacional Mayor de San Marcos provenientes de su academia de preparación, cuando ello no es cierto, respectivamente.

En este punto corresponde señalar que el único método aplicable en el presente caso es el "método basado en un porcentaje de las ventas del producto o servicio afectado", debido a la conducta infractora tuvo un alcance geográfico mayor al nacional, al haber difundido el anuncio a través de la red social *Instagram*.

En ese sentido, es preciso mencionar que a través del Memorándum N° 000084-2025/CCD-INDECOPI, la Secretaría Técnica solicitó a la OEE la elaboración de un Informe Técnico, de acuerdo con lo establecido en la Metodología para la determinación de multas que impongan los órganos resolutivos del Indecopi, solicitando la aplicación del "método basado en un porcentaje de las ventas del producto o servicio afectado", a fin de que sirva como base para graduar una eventual sanción a imponerse a Academia Vonex por la infracción materia de análisis.

En dicho contexto, en atención a la solicitud de la Secretaría Técnica, la OEE remitió el Informe N° 000044-2025-OEE/INDECOPI de fecha 17 de marzo de 2025, mediante el cual expresó que no habría encontrado evidencia empírica estrictamente asociada con los efectos en las ventas de una empresa (en este caso una academia preuniversitaria o similar), como consecuencia de difundir a través de Instagram (u otra medio o red social), publicidad con afirmaciones sobre el número de alumnos ingresantes a la universidad, que no serían ciertas. Por tal motivo, la OEE concluyó lo siguiente:

> "*En ese sentido, sobre la base de la información disponible, no se ha podido estimar el porcentaje de las ventas del producto o servicio afectado, por lo que no resulta posible para esta Oficina estimar la multa base correspondiente empleando el "método basado en un porcentaje de las ventas del producto o servicio afectado*".

De esta manera, se aprecia que, al no contar con la información necesaria, la OEE no ha podido realizar el informe económico, lo cual tiene un efecto directo en la estimación de la sanción a imponerse, en virtud de la metodología y factores específicos regulados en la Metodología para la determinación de multas que impongan los órganos resolutivos del Indecopi.

En atención a ello, este Colegiado considera que, para la graduación de la sanción aplicable al presente caso, no resulta viable su estimación en base a los criterios metodológicos establecidos en la Metodología para la determinación de multas que impongan los órganos resolutivos del Indecopi, en tanto, si bien el único criterio aplicable resultaba el "Método basado en un porcentaje de las ventas del producto o servicio afectado", en el presente caso, no se contarían con los elementos suficientes para su aplicación.

Sin perjuicio de ello, cabe precisar que en anteriores pronunciamientos la Sala Especializada en Defensa de la Competencia ha señalado que cuando no se pueda determinar el beneficio ilícito obtenido por la infracción cometida, ya sea porque no se cuenta con dicha información (por ejemplo, debido a que se trata de un producto nuevo y no existe un periodo previo con el cual comparar) o porque el diferencial es negativo, lo que corresponde es determinar la sanción a imponer siguiendo otros criterios, también previstos en la Ley de Represión de la Competencia Desleal[15].

[15] Ver Resolución Final Nº 139-2015/SDC-INDECOPI del 6 de marzo de 2015, en la imputación hecha de oficio en contra de Franquicias S.A.C.:

INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Calle De la Prosa 104, San Borja, Lima 41 - Perú Telf: 224 7800 / Fax: 224 0348
E-mail: postmaster@indecopi.gob.pe / Web: www.indecopi.gob.pe

En ese sentido, este Colegiado continuará con la evaluación del efecto económico de la conducta infractora, en base a los criterios para determinar la gravedad de la infracción y graduar la sanción, dispuestos en el artículo 53 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal como la duración en el tiempo del acto de competencia desleal, la modalidad y el alcance; así como, 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.

En esa línea, uno de los criterios de graduación es el referido al alcance y efecto del acto publicitario denunciado, como ha sido señalado en diversos pronunciamientos[16], para determinar cuál es el impacto de la estrategia publicitaria desplegada, se deben analizar aspectos tales como el perfil del medio utilizado y el grado de cobertura que proporciona respecto del público consumidor; el grado de exposición de la pauta publicitaria cuestionada, esto es, la duración y difusión que ha tenido el anuncio en el mercado; entre otros criterios.

Para determinar el alcance de la publicidad cuestionada, se puede atender a distintos factores, tales como el nivel de repetición de la pieza publicitaria; el grado de cobertura del anuncio respecto del público objetivo, esto es, el porcentaje de percepción del mensaje de los compradores, la cual es muy elevada en el cine o la televisión y más baja en medios gráficos fijos; las posibilidades de expresión del medio, lo cual viene dado por el color, animación o sonido que se incorporan en la pieza publicitaria; entre otros criterios.

Al respecto, es pertinente considerar que la imputada, ha difundido la publicidad infractora, desde el 11 y 14 de marzo de 2024[17] hasta el 9 de agosto de 2024[18], respectivamente, es decir, durante un periodo aproximado de cinco (5) meses. En este punto, la Comisión observa que las piezas publicitarias infractoras han tenido un impacto publicitario bajo, en la medida que, han sido difundidas a través de la página de *Instagram* de la imputada, a la cual solo acceden personas que conocen el perfil de la imputada, por lo que la pieza publicitaria cuestionada no produce una afectación real en el mercado.

"45. Un criterio que suele ser utilizado para graduar la sanción es el correspondiente al beneficio ilícito, esto es, la ventaja económica, calculada en base a los ingresos brutos percibidos por el infractor, estrictamente atribuible a la comisión del hecho calificado como ilícito.

46. Sin embargo, el beneficio ilícito como criterio para graduar una sanción, debe ser entendido como el diferencial positivo obtenido por el agente infractor como consecuencia de haber incurrido en la conducta contraria al ordenamiento jurídico. En otras palabras, es la ventaja económica obtenida por el infractor atribuible a la comisión del hecho calificado como ilícito.

47. No se descarta que puedan haber casos excepcionales en los que el beneficio ilícito obtenido por un agente infractor se vea materializado en una disminución en sus ventas o caída de sus ingresos, entendiendo que -en dichos casos- la caída en las ventas e ingresos hubiese sido mayor si el agente no hubiese incurrido en infracción.

48. Sin embargo, los casos mencionados en el párrafo precedente son la excepción, siendo que la regla general en materia de graduación de la sanción es que el beneficio ilícito se vea reflejado en un incremento de las ventas o en un incremento de sus ingresos, es decir, en un diferencial positivo, obtenido como el resultado de la comparación entre un periodo previo a la comisión de la infracción y el periodo de infracción (o incluso, posterior a la infracción).

49. De lo anterior se desprende que los casos idóneos para utilizar el beneficio ilícito como criterio de graduación de la sanción son aquellos en los que, en primer término, se cuente con información de los ingresos obtenidos por el infractor en periodos comparables (antes y durante la infracción); luego de ello, se deberá verificar que como resultado de dicha comparación se obtenga un diferencial positivo que refleje un incremento en las ventas o un incremento en los ingresos del infractor.

50. De no ser así, ya sea porque no se cuenta con dicha información (por ejemplo, debido a que se trata de un producto nuevo y no existe un periodo previo con el cual comparar) o porque el diferencial es negativo, lo que corresponde es determinar la sanción a imponer siguiendo otros criterios, también previstos en la ley."

[16] Ver la Resolución 0625-2009/SC1-INDECOPI del 18 de junio de 2009, correspondiente al procedimiento seguido de oficio contra Laboratorios Unidos S.A.; Resolución 0988-2009/SC1-INDECOPI del 10 de septiembre de 2009, recaída en el procedimiento seguido por Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston S.A.A. contra Ajeper; Resolución 1269-2009/SC1-INDECOPI del 11 de noviembre de 2009, correspondiente al procedimiento iniciado de oficio contra Hotel Imperio E.I.R.L.; y, Resolución 0004-2010/SC1-INDECOPI del 5 de enero de 2010, correspondiente al procedimiento seguido de oficio contra Quality Products S.A.

[17] De acuerdo con la fecha consignada en los anuncios cuestionados difundidos en Instagram.

[18] Fecha de notificación de la imputación de cargos a Academia Vonex.

INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Calle De la Prosa 104, San Borja, Lima 41 - Perú Telf: 224 7800 / Fax: 224 0348
E-mail: postmaster@indecopi.gob.pe / Web: www.indecopi.gob.pe

Ahora bien, la Comisión considera que debe lograrse que la sanción 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. Esta función es recogida por el principio de razonabilidad de la potestad sancionadora de las entidades del Estado, previsto en el numeral 3 del artículo 248 del TUO de Ley del Procedimiento Administrativo General, aplicable supletoriamente a los procedimientos administrativos como el presente.

En base a lo previamente señalado, este Colegiado aprecia que, en el presente caso, si bien la conducta cuestionada ha sido infractora de la leal competencia, la misma no ha tenido efecto real en el mercado, por lo que no amerita una sanción de naturaleza pecuniaria. En ese sentido, corresponde precisar 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 tanto, en el presente caso, la Comisión considera que la infracción debe ser considerada como leve, sin efecto en el mercado, correspondiendo aplicar a Academia Vonex una amonestación por cada publicidad imputada, conforme a lo establecido en el literal a) del numeral 52.1 del artículo 52 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal.

5. DECISIÓN DE LA COMISIÓN

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

HA RESUELTO:

PRIMERO: Declarar **FUNDADA EN PARTE** la denuncia presentada por Soluciones Educativas Digitales S.A.C. en contra de Inversiones Fimasa Empresa Individual de Responsabilidad Limitada, 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, debido a que con fechas 11 y 14 de marzo de 2024 difundió publicidades a través de la red social *Instagram*, en las que se consignaron las siguientes afirmaciones: *"¡Somos 467 cachimbos San Marcos! Examen de Admisión San Marcos – 2024 –II. Áreas B, C, D, y E" y "*En este examen de admisión San Marcos 2024-II tuvimos 467 cachimbos"*,* informando sobre el número de alumnos ingresantes a la Universidad Nacional Mayor de San Marcos provenientes de su academia de preparación, cuando ello no es cierto, respectivamente.

SEGUNDO: Declarar **INFUNDADA** la denuncia presentada por Soluciones Educativas Digitales S.A.C. en contra de Inversiones Fimasa Empresa Individual de Responsabilidad Limitada, por la presunta comisión de actos de competencia desleal en la modalidad de engaño, supuesto establecido en el artículo 8 del Decreto Legislativo N° 1044 - Ley de Represión de la Competencia Desleal, con relación a la publicidad difundida a través de la red social *Instagram* de fecha 10 de marzo de 2024, por las razones expuestas en la parte considerativa de la presente resolución.

TERCERO: Declarar **INFUNDADA** la denuncia presentada por Soluciones Educativas Digitales S.A.C. en contra de Inversiones Fimasa Empresa Individual de Responsabilidad Limitada, por la presunta comisión de actos de competencia desleal en la modalidad de engaño, supuesto establecido en el artículo 8 del Decreto Legislativo N° 1044 - Ley de Represión de la Competencia Desleal, con relación a las publicidades difundidas a través de la red social *Facebook* con fecha 17, 18 y 26 de marzo y 29 de abril de 2024, informando sobre el número de alumnos ingresantes a la Universidad

INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Calle De la Prosa 104, San Borja, Lima 41 - Perú Telf: 224 7800 / Fax: 224 0348
E-mail: postmaster@indecopi.gob.pe / Web: www.indecopi.gob.pe

Nacional Mayor de San Marcos y la Universidad Nacional Federico Villareal provenientes de su academia de preparación, por las razones expuestas en la parte considerativa de la presente resolución.

CUARTO: SANCIONAR a Inversiones Fimasa Empresa Individual de Responsabilidad Limitada con una amonestación por la publicidad difundida en Facebook el 11 de marzo de 2024 y por la publicidad difundida en Facebook el 14 de marzo de 2024. Asimismo, **ORDENAR** su inscripción en el Registro de Infractores creado por la Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal del Indecopi.

QUINTO: ORDENAR a Inversiones Fimasa Empresa Individual de Responsabilidad Limitada que cumpla con pagar a Soluciones Educativas Digitales S.A.C. las costas y costos derivados del presente procedimiento.

SEXTO: DENEGAR el pedido formulado por Soluciones Educativas Digitales S.A.C. para que se ordene la publicación de la resolución condenatoria y se ordene la publicación de un aviso rectificatorio, por las razones expuestas en la parte considerativa de la presente resolución.

SÉPTIMO: ORDENAR a Inversiones Fimasa Empresa Individual de Responsabilidad Limitada en calidad de medida correctiva, el **CESE DEFINITIVO** e **INMEDIATO** de la difusión del anuncio infractor, en tanto dé a entender a los consumidores que 467 estudiantes de la Academia Vonex han ingresado a la Universidad Nacional Mayor de San Marcos en las áreas B, C, D y E a través del examen de admisión 2024-II y que tuvieron 467 cachimbos en el examen de admisión San Marcos 2024-II, en tanto ello no sea cierto.

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

Con la intervención de los señores comisionados: Ana María Capurro Sánchez, Andrés Escalante Márquez y Claudia Canales Mayorga.

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

LPDERECHO.PE

INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Calle De la Prosa 104, San Borja, Lima 41 - Perú Telf: 224 7800 / Fax: 224 0348
E-mail: postmaster@indecopi.gob.pe / Web: www.indecopi.gob.pe