



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI



Resolución

Nº 084-2025/CCD-INDECOPI

Lima, 20 de mayo de 2025.

EXPEDIENTE Nº 142-2023/CCD

DENUNCIANTE : KICKS E.I.R.L.
(KICKS)

IMPUTADO : [REDACTED]

MATERIA : ACTOS DE DENIGRACIÓN
MEDIDA CORRECTIVA
COSTAS Y COSTOS
GRADUACIÓN DE LA SANCIÓN

ACTIVIDAD : PUBLICIDAD; VENTA AL POR MENOR DE PRENDAS DE VESTIR,
CALZADO Y ARTÍCULOS DE CUERO EN COMERCIOS
ESPECIALIZADOS

SUMILLA: Se declara **FUNDADA** la denuncia presentada por Kicks en contra [REDACTED] por la comisión de actos de competencia desleal en la modalidad de denigración, supuesto establecido en el artículo 11 del Decreto Legislativo N° 1044 - Ley de Represión de la Competencia Desleal, por las razones expuestas en la parte considerativa de la presente resolución.

De este modo, se **SANCIONA** [REDACTED] con una multa de diez (10) Unidades Impositivas Tributarias – UIT. En atención a ello, se **ORDENA** su inscripción en el Registro de Infractores creado por la Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal del Indecopi.

Asimismo, se **ORDENA** [REDACTED] en calidad de medida correctiva, el **CESE DEFINITIVO e INMEDIATO** de los comentarios difundidos a través de la red social TikTok referidos al cuestionamiento realizado a los productos que comercializa Kicks, en tanto contengan mensajes denigratorios que menoscaben la imagen, el prestigio y la reputación empresarial de Kicks, sin cumplir con los requisitos de licitud establecidos el numeral 11.2 del artículo 11 del Decreto Legislativo N° 1044 – Ley de Represión de la Competencia Desleal.

Finalmente, se **ORDENA** [REDACTED] que asuma el pago de las costas y los costos incurridos por Kicks en el trámite del procedimiento.

1. ANTECEDENTES

Con fecha 22 de agosto de 2023, Kicks denunció [REDACTED] por la presunta comisión de actos de competencia desleal en las modalidades de engaño, explotación indebida de la reputación ajena y denigración, supuestos establecidos en los artículos 8, 10 y 11 del Decreto Legislativo N° 1044 (en adelante, Ley de Represión de la Competencia Desleal).

¹ Registro Único de Contribuyente N° [REDACTED]



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOP



Según los términos de la denuncia, Kicks sería una empresa dedicada a la importación y venta de zapatillas originales de las marcas “Nike” y “Adidas”, contando con más de 2 años de vigencia en el mercado. A decir de la denunciante, sus productos serían comprados de proveedores autorizados y, a su vez, serían importados de tiendas de gran prestigio en Estados Unidos, los mismos que contarían con certificados de autenticidad de las plataformas virtuales para autenticar zapatillas “Check Check” y “Legitcheck”.

Por su parte, el señor [REDACTED] tendría como ocupación principal ser *influencer* (creador de contenido), en la plataforma *Tik Tok*, donde su cuenta tendría 310.6 mil seguidores y 819 publicaciones, con aproximadamente 5.4 millones de “me gusta”, siendo su principal contenido sus opiniones con relación a las zapatillas “Air Jordan”. Asimismo, según la denunciante, [REDACTED] tendría una tienda virtual en la red social *Instagram*, desde el 2022, a través de la cual vendería zapatillas de la misma marca, conforme se apreciaría de las imágenes presentadas.

Sobre el particular, la denunciante explicó que, con fecha 6 de mayo del 2023, a través de un video difundido en su cuenta de *Tik Tok*, habría presentado el lanzamiento de su producto zapatilla “Air Jordan 1 High”, en colaboración con Travis Scott, el cual se distinguiría por su exclusividad y cuyo valor en el mercado podría alcanzar la suma de S/ 9 000 soles; no obstante ello, con fecha 1 de julio, el señor [REDACTED] habría realizado comentarios ante el video publicitario difundido, induciendo a pensar que sus productos ofrecidos serían de dudosa reputación, tales como: “mano sin ánimo de hatear. Revísalo bien, está muy oscuro el par, el Wings logo se ve tirado para un lado y en la parte del SWOOSH el corte del talón” y “está todo despostillado. Anda donde lo compraste y pide la boleta porque firme tengo más dudas que seguridad”.

Por tal motivo, la denunciante precisó que, con fecha 6 de julio de 2023, a través de un video difundido en sus redes sociales, solicitó [REDACTED] que se rectificara de los comentarios vertidos; sin embargo, con fecha 7 de julio de 2023, el imputado publicaría otro video en su propia cuenta de *Tik Tok*, realizando afirmaciones que también inducirían a creer a los consumidores que los productos de Kicks no serían originales. A decir de la denunciante, el señor [REDACTED] indicaría que el producto “Air Jordan 1 High” parecerían réplicas, desprestigiando la reputación de su empresa y causándoles perjuicio con sus clientes y potenciales clientes. Asimismo, la denunciante refirió que el imputado también vendría realizando diversos comentarios, a través de las redes sociales, afirmando que las zapatillas que se venderían no serían originales.

En tal sentido, la denunciante señaló que el imputado vendría cometiendo los siguientes actos de competencia desleal: (i) engaño, debido a que las afirmaciones malintencionadas y sin sustento emitidas por este inducirían a error sobre los atributos de su empresa, en tanto harían creer a los consumidores que vendería productos replicados; (ii) explotación indebida de la reputación ajena, en tanto el imputado habría iniciado una campaña de desprestigio hacia su empresa, a sabiendas de su reputación en el mercado de zapatillas, con la finalidad de aprovecharse indebidamente de su imagen; y, (iii) denigración, en la medida que se aprovecharía de su poder mediático como creador de contenido para realizar afirmaciones que dañarían la reputación lograda por la denunciante, específicamente en relación a la calidad de sus productos, induciendo a creer que los mismos no serían originales.

Por dichas consideraciones, Kicks solicitó lo siguiente: (i) declarar admisible la presente denuncia; (ii) se sancione al imputado bajo infracción grave por competencia desleal; (iii) se ordene al imputado, en calidad de medida correctiva, el cese de los actos de competencia desleal, borrando los comentarios realizados en los videos de fechas 1 y 7 de julio de 2023, ubicados en la red social *Tik Tok*; y, (iv) se ordene el pago de las costas y costos del procedimiento.

En atención a ello, mediante Resolución de fecha 4 de octubre de 2023, la Secretaría Técnica de la Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal (en adelante, la Secretaría Técnica) admitió a trámite la denuncia presentada por Kicks e imputó al señor [REDACTED] la presunta comisión de actos de competencia desleal en la modalidad de denigración, supuesto establecido en el artículo 11 de la Ley



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPÍ



de Represión de la Competencia Desleal, debido a que habría realizado afirmaciones, en la red social *Tik Tok*, que menoscabarían la imagen, el crédito, la fama, el prestigio y la reputación empresarial de la denunciante, al referirse sobre la calidad de los productos que la denunciante ofrecería en el mercado –induciendo a creer que los mismos no serían originales– las cuales no cumplirían con los requisitos de licitud contenidos en el numeral 11.2 del mencionado artículo.

Asimismo, con fecha 7 de noviembre de 2023, Kicks indicó que las afirmaciones vertidas en el video del [REDACTED] serían falsas, en la medida en que se sabría que actualmente existen numerosas falsificaciones de zapatillas, muchas de las cuales serían de alta calidad. Por ello, según la denunciante, para garantizar que un par sea original, sería necesario realizar comparaciones físicas detalladas, considerando aspectos como los materiales, acabados, accesorios adicionales, envolturas, formadores, así como la caja y su tapa.

Por otro lado, la denunciante señaló que, según expertos en el rubro —algunos de ellos patrocinados por las marcas mencionadas—, hoy en día, debido a la gran cantidad de falsificaciones existentes, sería prácticamente imposible distinguir una zapatilla original de una falsificación de buena calidad únicamente a través de fotografías. En ese sentido, sería necesario realizar una comparación física para poder identificar las diferencias. Por ese motivo, Kicks refirió que cuando el señor [REDACTED] comenzó a realizar afirmaciones falsas sobre sus productos, con el propósito de preservar su reputación e imagen, habría invitado al imputado a su tienda a fin de que pudiera comparar físicamente los productos ofrecidos.

Por otra parte, la denunciante informó que, debido a la gran cantidad de falsificaciones presentes en el mercado, la mejor garantía para asegurar la autenticidad de un producto sería adquirirlo a través de un proveedor confiable y con alta reputación. En este punto, la denunciante señaló que en el mundo de las zapatillas de marcas prestigiosas, existirían distribuidores autorizados, tales como las tiendas minoristas oficiales de las propias marcas o grandes distribuidores reconocidos. En el caso del Perú, se encontrarían empresas como Marathon, Triathlon y The Athlete's Foot como principales distribuidores oficiales. De igual forma, en el extranjero existirían tiendas especializadas en la venta de sneakers con amplia reputación y presencia internacional.

En esa misma línea, Kicks sostuvo que su tienda comercializaría productos adquiridos a través de proveedores oficiales. En el caso de los proveedores nacionales, se contarían con todas las facturas que acreditarían la compra de los productos dentro del territorio nacional, las cuales habrían sido adjuntadas en el Anexo 1-B. Por otro lado, respecto de la mercadería adquirida en el extranjero —generalmente en Estados Unidos—, se dispondría de las órdenes de compra y los documentos de importación correspondientes.

Complementariamente, la denunciante alegó que la zapatilla “Nike Jordan 1 Travis Scott”, objeto de controversia, habría sido adquirida a través de “GOAT Market” (www.goat.com), uno de los principales proveedores a nivel mundial de zapatillas originales de la marca “Nike”. La reputación de dicha tienda sería intachable, dado que, al tratarse de un comercio especializado en zapatillas de alta gama y edición limitada, ofrecería un servicio adicional de autenticación y control de calidad para todas sus ventas. Este servicio consistiría en la revisión física y manual del producto, a fin de certificar que el par vendido sea 100 % auténtico, sin uso, sin defectos ni fallas en el empaque. Con el propósito de sustentar dicha afirmación, se habría adjuntado como Anexo 1-C —el cual contiene el récord de compras realizado en GOAT—, donde se evidenciaría la adquisición de la mencionada zapatilla “Nike Jordan 1 Travis Scott”.

Por otro lado, Kicks solicitó que para establecer el grado de sanción sea considerado el daño grave que habría sufrido, a consecuencia de las afirmaciones de [REDACTED]

En virtud de la imputación realizada, mediante escrito de fecha 12 de febrero de 2024, el imputado manifestó que se desempeñaría como creador de contenido aproximadamente desde el año 2020 en diversas plataformas digitales, como *TikTok* e *Instagram*. Al respecto, indicó que el contenido



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPÍ



principal de sus redes sociales estaría relacionado con el mundo de las zapatillas, brindando consejos, mostrando novedades, informando sobre fechas de lanzamiento y presentando pares exclusivos. Asimismo, alegó contar con una amplia experiencia en calzado, lo que le permitiría, en cierta medida, identificar si un par sería original o una falsificación.

Además de ello, el [REDACTED] expresó que los videos que publicaría en las referidas plataformas digitales tendrían como objetivo ayudar y orientar a su audiencia —en este caso, sus seguidores— a través de consejos, tips, respuestas a dudas y explicaciones que les permitirían realizar compras informadas y evitar ser víctimas de engaños. Dichos contenidos estarían enfocados en enseñar a distinguir productos originales de réplicas, reduciendo así el riesgo de caer en estafas debido a la falta de conocimientos adecuados sobre el tema.

En esa misma línea, el imputado precisó que la página de *Instagram KicksForAll* habría sido creada a fines del año 2022, con la finalidad de establecer una interacción más directa con sus seguidores. En dicha página, realizaría diversas dinámicas orientadas a regalar pares de zapatillas. Con el tiempo, a través de esta plataforma, habría comenzado a mostrar pares inéditos y a vender zapatillas que llegaban a su poder. En un inicio, la página habría tenido como propósito funcionar como una tienda virtual limitada, en la que se ofrecerían únicamente algunos pares recibidos a través de canjes o colaboraciones con grandes marcas, a modo de retribución por publicidad. No obstante, debido a la acogida positiva del público —lo cual se reflejaría en un crecimiento hasta alcanzar los 80,400 seguidores—, dicha actividad habría evolucionado hacia una mayor frecuencia en la comercialización de productos.

Sobre el particular, el [REDACTED] manifestó que recién en el mes de octubre de 2023 habría decidido dedicarse de manera exclusiva a la venta de zapatillas, abriendo para tal efecto una tienda física ubicada en la Av. La Mar N° 2268, distrito de San Miguel, provincia y departamento de Lima, bajo la denominación “KICKSFORALL PERÚ S.A.C.”, inscrita con Registro Único de Contribuyente N° 20611853689.

Adicionalmente, el imputado precisó que su ingreso formal como competidor en el mercado de venta de zapatillas se habría producido el 22 de noviembre de 2023. En tal sentido, los hechos que se le imputarían habrían ocurrido en el mes de julio de 2023, cuando aún no se dedicaba plenamente a dicho rubro. Si bien habría contado con una pequeña tienda en línea, consideraría pertinente reiterar que en esa etapa únicamente comercializaba pares de zapatillas que llegaban a su poder como resultado de diversas dinámicas.

Sobre el presunto hecho infractor, el imputado manifestó que, desde su cuenta de *TikTok*, habría comentado que se revisara cuidadosamente la calidad de las zapatillas ofrecidas o, en su defecto, se corroborara su autenticidad con el proveedor correspondiente. En dicho comentario, se evidenciaría que habría animado a la parte denunciante a verificar adecuadamente el par de zapatillas que habría puesto a la venta, con la finalidad de evitar que fuera víctima de una posible estafa. Asimismo, le habría recomendado que se comuniqué con la tienda proveedora o solicite la boleta de compra, como mecanismo para verificar su autenticidad. De la revisión del propio video, se observaría que fueron varios los usuarios que expresaron dudas respecto de la originalidad de las zapatillas exhibidas. En ese sentido, frente a ello, la denunciante habría respondido —a juicio del imputado— de manera altiva, mediante un video en el que habría interpretado el comentario como una acusación de “estafa”, pese a que en ningún momento se habría referido en esos términos ni habría realizado manifestación alguna de denigración. Según el imputado, se habría tratado de una recomendación, en línea con muchas otras que haría habitualmente a través de sus plataformas.

De este modo, el imputado explicó que simplemente se habría sugerido a la denunciante acudir al proveedor del producto y solicitar la boleta de compra, dado que el par en cuestión le generaba más dudas que certezas. De acuerdo al imputado, el referido comentario habría sido expresado desde una perspectiva personal, al igual que lo hicieron muchos de los usuarios que interactuaron en el video, y

con el ánimo de que la denunciante, en su calidad de responsable de la publicación, pudiera demostrar la autenticidad del producto ofrecido, en respeto al público que lo respaldaba.

En consecuencia, el imputado señaló que habría reaccionado a un video publicado por otra usuaria de *TikTok* —también dedicada a la verificación de artículos— en el cual se explicarían las diferencias entre productos "igualitos" y productos "originales". En su respuesta, el imputado indicó que existirían numerosos artículos que se asemejarían mucho a los originales, lo que no significaría que efectivamente lo sean.

En ese mismo video de respuesta, a decir del imputado, un usuario le habría preguntado si las zapatillas publicadas por Kicks serían originales, a lo cual respondió que "no lo eran", dado que hasta ese momento —según su apreciación— la denunciante no habría logrado desmentir dicha posibilidad ni demostrar su autenticidad.

De otro lado, el imputado mencionó que, debido al nivel de molestia que sus comentarios habrían generado en la denunciante —lo cual, a su juicio, se evidenciaría en el tono de respuesta empleado en los videos—, habría optado por eliminar sus comentarios con el fin de evitar mayores altercados.

Posteriormente, mediante Resolución N° 2 de fecha 21 de mayo de 2024, 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 el imputado por el hecho cuestionado.

Al respecto, la OEE remitió el Informe N° 000070-2025-OEE/INDECOPI de fecha 9 de abril de 2025. Por tal motivo, mediante Resolución N° 3 de fecha 15 de abril de 2025, la Comisión decidió levantar la suspensión del procedimiento.

2. IMÁGENES RELACIONADAS A LOS PRESUNTOS HECHOS INFRACTORES²



² **Primera imagen:** Comentarios de fecha 1 de julio de 2023, realizados al video de fecha 6 de mayo de 2023 en la cuenta *TikTok* de la denunciante <https://www.tiktok.com/@kicks.tienda/video/7250109662429793542?lang=es>

Segunda imagen: Video de fecha 7 de julio de 2023 en la cuenta *TikTok* del imputado <https://www.tiktok.com/@notoriousgeorge/video/7252898265224449286?lang=es>

Tercera y cuarta imagen: Diversos comentarios que se realizarían en redes sociales.



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 competencia desleal en la modalidad de denigración.
2. La pertinencia de ordenar una medida correctiva.
3. El pedido de costas y costos formulado por la denunciante.
4. La graduación de la sanción, de ser el caso.

3.1. La presunta comisión de actos de competencia desleal en la modalidad de denigración

3.1.1. Normas y criterios aplicables

El artículo 11 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal dispone lo siguiente:

Artículo 11º.- Actos de denigración. –

- 11.1.- Consisten en la realización de actos que tengan como efecto, real o potencial, directamente o por implicación, menoscabar la imagen, el crédito, la fama, el prestigio o la reputación empresarial o profesional de otro u otros agentes económicos.
- 11.2.- Sin perjuicio de lo indicado en el párrafo anterior, estos actos se reputan lícitos siempre que:
 - a) Constituyan información verdadera por su condición objetiva, verificable y ajustada a la realidad;
 - b) Constituyan información exacta por su condición clara y actual, presentándose de modo tal que se evite la ambigüedad o la imprecisión sobre la realidad que corresponde al agente económico aludido o a su oferta;
 - c) Se ejecuten con pertinencia en la forma por evitarse, entre otros, la ironía, la sátira, la burla o el sarcasmo injustificado en atención a las circunstancias; y,
 - d) Se ejecuten con pertinencia en el fondo por evitarse alusiones sobre la nacionalidad, las creencias, la intimidad o cualesquiera otras circunstancias estrictamente personales de los titulares o representantes de otra empresa, entre otras alusiones que no transmiten información que permita al consumidor evaluar al agente económico aludido o a su oferta sobre parámetros de eficiencia.”



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPÍ



A su vez, la Comisión ha establecido que al momento de interpretar las normas que reprimen la denigración en el campo de la competencia desleal, debe tenerse en cuenta que la leal competencia mercantil no está exenta de situaciones en las que un comerciante considere que ciertas frases, imágenes, sonidos o cualquier otro tipo de manifestaciones o expresiones difundidas por un competidor podrían agraviar o denigrar la calidad de sus productos o la propia imagen comercial. Sin embargo, serán consideradas desleales aquellas afirmaciones o declaraciones en donde las empresas o sus representantes empleen frases e imágenes que generen descrédito, sea en tono despectivo o no, a los productos o a la imagen de las empresas competidoras, pues éste constituye un daño concurrencial ilícito y, en consecuencia, sancionable si no se ha realizado mediante la difusión de información veraz, exacta y pertinente.

Por tanto, a fin de determinar si en el presente caso se han producido actos de competencia desleal en la modalidad de denigración, es necesario determinar si las imputadas difundieron afirmaciones referidas a la imagen, el crédito, la fama, el prestigio o la reputación empresarial o profesional de la denunciante, si dichas afirmaciones son susceptibles de generar el descrédito de la denunciante en el mercado y, de ser el caso, determinar si dichas afirmaciones se encuentran amparadas por la denominada *exceptio veritatis*, es decir, que no serán sancionadas si es que éstas son verdaderas, exactas y pertinentes.

Cabe señalar que, para determinar la existencia de un acto de denigración como acto de competencia desleal, no se requerirá acreditar conciencia o voluntad sobre su realización y tampoco será necesario acreditar que dicho acto genere un daño efectivo en perjuicio de otro concurrente, los consumidores o el orden público económico, bastando constatar que la generación de dicho daño sea potencial, conforme a lo prescrito por el artículo 7 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal.

3.1.2. Aplicación al presente caso

En el presente caso, la Secretaría Técnica admitió a trámite la denuncia presentada por Kicks e imputó al señor [REDACTED] la presunta comisión de actos de competencia desleal en la modalidad de denigración, supuesto establecido en el artículo 11 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal, debido a que habría realizado afirmaciones, en la red social *Tik Tok*, que menoscabarían la imagen, el crédito, la fama, el prestigio y la reputación empresarial de la denunciante, al referirse sobre la calidad de los productos que la denunciante ofrecería en el mercado –induciendo a creer que los mismos no serían originales– las cuales no cumplirían con los requisitos de licitud contenidos en el numeral 11.2 del mencionado artículo.

En el presente caso, la imputada y la denunciante han formulado los argumentos que sostienen su postura, conforme se encuentra detallado en el numeral 1.

Ahora bien, previamente a analizar el presunto hecho infractor materia de cuestionamiento, esta Comisión considera pertinente traer a colación el argumento alegado por el imputado referido a que su ingreso formal como competidor en el mercado de ventas de zapatillas se habría producido el 22 de noviembre de 2023. Por tanto, a decir del imputado, los hechos que se le imputan habrían ocurrido en el mes de julio de 2023, cuando aún no se dedicaría plenamente a dicho rubro. En palabras del imputado, si bien habría contado con una pequeña tienda en línea, en esa etapa únicamente comercializaría pares de zapatillas que llegarían a su poder como resultado de diversas dinámicas.

Al respecto, este Colegiado verifica, contrariamente a lo alegado por el imputado, que en el mes de julio de 2023, fecha en que ocurrieron los hechos cuestionados, éste ya fungía de competidor de la denunciante, ello debido a que, conforme al propio argumento del imputado, concurría en el mercado, realizando la venta de zapatillas. Cabe precisar que, si bien no se realizaban ventas a través de una tienda física, sí se generaban éstas de manera online al público en general, lo que evidencia que realizaba actividades económicas en el mercado, promoviendo la contratación o la realización de transacciones para satisfacer sus propios intereses. En este sentido, para esta Comisión, el hecho que se hayan vendido sus productos de maneras online, sin contar con una tienda física, no enerva la



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOP



responsabilidad que pueda generar sus actos en la comisión de la infracción a la Ley de Represión de la Competencia Desleal.

Sin perjuicio de lo anterior, este Colegiado también verifica de la revisión en la Consulta de Registro Único de Contribuyente (en adelante, Consulta RUC) de la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (en adelante, SUNAT), lo siguiente:

Resultado de la Búsqueda	
Número de RUC:	
Tipo Contribuyente:	PERSONA NATURAL CON NEGOCIO
Tipo de Documento:	DNI
Nombre Comercial:	-
Fecha de Inscripción:	01/02/2016
Fecha de Inicio de Actividades:	01/02/2016
Estado del Contribuyente:	SUSPENSION TEMPORAL
Condición del Contribuyente:	HABIDO

Sobre el particular, de la revisión de la información obtenida a través de la Consulta RUC, este Colegiado observa que el imputado también se encontraba registrado como contribuyente dedicado a actividades comerciales desde el 1 de febrero del año 2016. Por tanto, este dato permite inferir que su participación en el mercado como agente económico precede a los hechos que se le imputan en el presente procedimiento.

En consecuencia, esta Comisión considera que ha quedado desestimado el argumento presentado por el imputado en su escrito de descargos, en el cual sostuvo que su incursión como competidor en el referido mercado habría sido posterior a los hechos materia de denuncia. Para este Colegiado, la evidencia recogida acredita que el imputado ya mantenía actividad económica previa, lo que refuerza la condición de concurrencia al momento de los hechos analizados, por lo que corresponde realizar el análisis a los hechos cuestionados.

Al respecto, es pertinente señalar que la denigración consiste en una lesión del crédito comercial del que gozan quienes operan en el mercado comercializando productos y servicios³. Así, serán consideradas desleales y sancionables aquellas afirmaciones o declaraciones en donde las empresas o sus representantes empleen frases e imágenes que generen descrédito, sea en tono despectivo o no, a los productos o servicios de otro u otros agentes económicos en el mercado.

De acuerdo con la Ley de Represión de la Competencia Desleal, para efectos de verificar la existencia de un acto de denigración o comparación se requerirá una alusión inequívoca, directa o indirecta, sobre la oferta de otro agente económico. Cabe precisar que se requiere la mención o alusión a competidores o su oferta, pues no podría configurarse un menoscabo a la imagen o reputación de un presunto competidor o competidores si estos no resultan identificables, ya sea directamente o por implicación. En este punto, es pertinente destacar es que la alusión inequívoca puede involucrar no solo a un agente, sino a varios empresarios que concurren en el mercado. En esa línea, corresponde mencionar que:

“(…) la alusión explícita o implícita al producto o servicio del competidor. En el primer supuesto, el anunciante citará la marca, el nombre comercial, denominación social u otro elemento que identifique expresamente a la empresa, productos o servicios competidores. En el segundo supuesto, la alusión implícita a competidores plantea más problemas. No basta una alusión genérica a los competidores (...); en tal caso, posiblemente, estaríamos ante un supuesto de publicidad de tono excluyente. Es necesaria una referencia inequívoca a uno o varios competidores. Dicho con otras palabras, el público deberá identificar – sin ningún género de dudas - al competidor o los productos o servicios competidores aludidos en el

³ DE LA CUESTA RUTE, José María. Curso de Derecho de la Publicidad. Navarra: Eunsa. 2002, pág. 179.

anuncio (...)"⁴

Así, conforme ha sido expuesto por la Sala en diversos pronunciamientos⁵, la falta de indicación del nombre de la empresa competidora o de los servicios que comercializa no constituye un impedimento para considerar que se trata de un supuesto de publicidad alusiva, denigratoria, comparativa o por adhesión. En efecto, basta con que, a partir de los elementos evaluados, se pueda entender inequívocamente que se alude a la empresa que compite con el anunciante en un determinado mercado⁶. Con relación a los elementos que podrían determinar la alusión inequívoca, la doctrina considera que existen determinadas circunstancias que aumentan y otras que aminoran las posibilidades de identificar a un competidor en la publicidad⁷.

Cabe precisar que, de la revisión de los medios probatorios y argumentos expuestos por las partes que obran en el expediente, este Colegiado aprecia que obran medios probatorios idóneos que permiten acreditar concretamente que el imputado fue quién realizó los comentarios presuntamente denigratorios, a través de la red social *TikTok* para referirse a la calidad de los productos que la denunciante ofrecería en el mercado –induciendo a creer que los mismos no serían originales.

En ese sentido, habiéndose acreditado la difusión de los comentarios presuntamente denigratorios, por parte del imputado, corresponde analizar si las mismas hacen alusión inequívoca a la denunciante o a los productos de la denunciante, de manera directa o indirecta, en un sentido tal que permitan la identificación de ésta o de sus productos por parte de los destinatarios.

En el presente caso, de la revisión integral de cada uno de los comentarios realizados a través de la cuenta de *TikTok* del imputado, este Colegiado aprecia con claridad la alusión inequívoca directa a los productos de la denunciante, conforme se aprecia a continuación:



(...) Mano sin ánimo de hater. Revisalo bien, esta muy oscuro el par. El Wings logo se ve tirado para un lado y en la parte del SWOOSH el corte del talón. (...) (sic)



(...) Como saber si tus JORDAN 1 Travis Scott son originales (...) (sic)

⁴ LEMA DEVESA, Carlos. "La Publicidad comparativa en la Unión Europea". RDM, 291/2014, Civitas, Madrid, pp. 313-326.

⁵ Ver Resoluciones 0244-2013/SDC-INDECOPI, 0858-2013/SDC-INDECOPI, 0835-2014/SDC-INDECOPI, 0409-2017/SDC-INDECOPI y 103-2019/SDC-INDECOPI.

⁶ Ver Resolución N° 0835-2014/SDC-INDECOPI.

⁷ TATO PLAZA, Anxo. "La publicidad comparativa". Marcial Pons, Madrid, 1996, pp. 20-39



(...) No eran (...) (sic)



*(...) Competencia desleal?
No me ibas a denunciar
penalmente por
difamación? (...) (sic)*

En esa línea, este Colegiado observa que mediante el video y comentarios difundidos a través de la red social *TikTok*, el imputado ha transmitido información y/o comentarios respecto de los productos de la denunciante, en tanto han estado orientados a cuestionar la calidad de los productos que la denunciante ofrecería en el mercado –induciendo a creer que los mismos no serían originales. Cabe precisar también que, durante el presente procedimiento, el imputado no ha negado que sus comentarios hayan estado referidos a los productos de la denunciante.

En consecuencia, habiéndose acreditado que los comentarios cuestionados hacen alusión inequívoca a los productos de la denunciante, corresponde evaluar los referidos comentarios realizados por el imputado, a través de la red social *TikTok* y si estos cumplen con los requisitos de licitud, es decir, cumplen con los cuatro (4) requisitos de licitud establecidos en la Ley de Represión de la Competencia Desleal. Sobre ello es pertinente recordar que los actos de denigración se reputan lícitos siempre que transmitan información verdadera, exacta y pertinente, tanto en la forma como en el fondo, conforme a lo establecido por el artículo 11.2 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal.

En este punto es pertinente precisar que el análisis es de manera excluyente, por lo que de no cumplir con el primero, resulta innecesario continuar con los siguientes. En ese sentido, corresponde detallar las afirmaciones empleadas en el comunicado, conforme se aprecia a continuación:

- (i) **“(...) Mano sin ánimo de hatear. Revisalo bien, está muy oscuro el par. El Wings logo se ve tirado para un lado y en la parte del SWOOSH el corte del talón. (...)” (sic);**
- (ii) **“(...) Como saber si tus JORDAN 1 Travis Scott son originales (...)” (sic);**
- (iii) **“(...) No eran (...)” (sic);**

(iv) “(...) **Competencia desleal? No me ibas a denunciar penalmente por difamación? (...)” (sic).**

Sobre este punto, el imputado señaló que, desde su cuenta de *TikTok*, habría comentado que se revise cuidadosamente la calidad de las zapatillas ofrecidas o, en su defecto, se corrobore su autenticidad con el proveedor correspondiente. Asimismo, le habría recomendado que se comunique con la tienda proveedora o solicite la boleta de compra, como mecanismo para verificar su autenticidad. Frente a ello, a decir del imputado, la denunciante habría respondido —a juicio del señor [REDACTED]— de manera activa, mediante un video en el que habría interpretado el comentario como una acusación de “estafa”, pese a que en ningún momento el imputado se habría referido en esos términos ni habría realizado manifestación alguna de denigración. Según su versión, se habría tratado de una recomendación, en línea con muchas otras que haría habitualmente a través de sus plataformas.

En relación con los argumentos de defensa antes señalados y presentados por el imputado, este Colegiado estima necesario subrayar que los comentarios difundidos a través de la red social *TikTok* se realizaron en un medio de comunicación masiva de alcance nacional y dirigidos al público en general. Ello implica que, con independencia de la intención declarada —esto es, formular una mera recomendación—, al escoger un canal público, el imputado ha puesto su mensaje a disposición de cualquier consumidor, de modo que sus efectos trascendieron el ámbito privado y alcanzaron potencialmente a todo el mercado.

En adición a ello, esta Comisión estima conveniente recordar que los actos de competencia desleal, en particular, los actos de denigración versan en la realización de actos que tengan como efecto, real o potencial, directamente o por implicación, menoscabar la imagen y/o la reputación empresarial de otro agente económico. En el presente caso, ello se muestra, pues las expresiones vertidas influyen negativamente en la percepción de futuros clientes dentro del mercado de venta de zapatillas, generando dudas sobre la autenticidad de los productos comercializados por la denunciante.

Por todo lo expuesto, este Colegiado considera que las manifestaciones difundidas por el señor [REDACTED] resultan claramente susceptibles de menoscabar el prestigio y la credibilidad comercial de la empresa Kicks, en tanto se le atribuye una conducta desleal dentro del mercado, lo cual puede afectar negativamente su posición frente a los consumidores y sus competidores. En ese sentido, y contrariamente a lo sostenido por el [REDACTED], no puede considerarse que las declaraciones emitidas respecto a Kicks —empresa que desarrolla actividades económicas similares a las del imputado— constituyen simples opiniones personales protegidas por el derecho a la libertad de expresión.

Cabe precisar que el derecho a la libertad de expresión no es absoluto, especialmente en el contexto de relaciones comerciales donde dicho ejercicio puede derivar en actos de competencia desleal si conlleva la difusión de afirmaciones que menoscaban injustificadamente la reputación de un competidor. En el presente caso, no solo se advierte que las declaraciones han beneficiado comercialmente al imputado, al generar desconfianza hacia un competidor directo, sino que además no se ha presentado medio probatorio alguno que acredite la veracidad de los comentarios emitidos a través de la red social *TikTok*. Por tanto, las afirmaciones realizadas no fueron acreditadas en el marco del procedimiento, lo cual refuerza su carácter potencialmente denigratorio.

En ese sentido, este Colegiado considera que en el expediente obran los medios probatorios suficientes que permiten demostrar que el [REDACTED] mediante las afirmaciones realizadas a través de la red social *TikTok*, menoscabaron la reputación e imagen empresarial de Kicks, injustificadamente, en la medida que utilizaron para ello afirmaciones falsas.

Por las razones expuestas, esta Comisión considera que corresponde declarar fundada la denuncia presentada por Kicks en contra del [REDACTED] por la comisión de actos de competencia desleal en la modalidad de denigración, supuesto establecido en el artículo 11 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal.



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPÍ



3.1.3. La pertinencia de imponer una medida correctiva

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

En particular, es pertinente recordar que la Sala ha establecido en la Resolución N° 427-2001/TDC-INDECOPÍ⁸ que “[e]s importante destacar que las medidas complementarias tienen por finalidad corregir las distorsiones que se hubieran producido en el mercado como consecuencia de la actuación infractora y que su aplicación se sustenta en las normas que regulan la competencia de la Comisión para conocer de dichas conductas, imponer sanciones, y disponer los correctivos que correspondan para revertir el daño ocasionado al mercado”.

En el presente caso, dado que ha quedado acreditado que el señor [REDACTED] incurrió en actos de denigración, la Comisión considera que la posibilidad de que la publicidad infractora sea difundida en otra oportunidad justifica que se ordene una medida correctiva destinada a evitar que la conducta infractora se repita en el futuro, por cada extremo.

3.1.4. El pedido de costas y costos formulado por Kicks

En su escrito de denuncia, Kicks solicitó a la Comisión que condenara al señor [REDACTED] 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 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 la denunciante o el Indecopi.

En el presente caso, de conformidad con el análisis realizado previamente, la Comisión aprecia que la infracción cometida por el señor [REDACTED] es evidente, por lo que, corresponde acceder al pedido de Kicks y ordenar a las infractoras el pago de las costas y los costos del presente procedimiento.

3.1.5. Graduación de la sanción

3.1.6. 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;

⁸ Emitida en el Expediente N° 116-2000/CCD, seguido por Tecnosanitaria S.A. contra Grifería y Sanitarios S.A.

- b) Si la infracción fuera calificada como leve, con una multa de hasta cincuenta (50) Unidades Impositivas Tributarias (UIT) y que no supere el diez por ciento (10%) de los ingresos brutos percibidos por el infractor, relativos a todas sus actividades económicas, correspondientes al ejercicio inmediato anterior al de la expedición de la resolución de la Comisión;
 - c) Si la infracción fuera calificada como grave, una multa de hasta doscientas cincuenta (250) UIT y que no supere el diez por ciento (10%) de los ingresos brutos percibidos por el infractor, relativos a todas sus actividades económicas, correspondientes al ejercicio inmediato anterior al de la expedición de la resolución de la Comisión; y,
 - d) Si la infracción fuera calificada como muy grave, una multa de hasta setecientas (700) UIT y que no supere el diez por ciento (10%) de los ingresos brutos percibidos por el infractor, relativos a todas sus actividades económicas, correspondientes al ejercicio inmediato anterior al de la expedición de la resolución de la Comisión.
- 52.2.- Los porcentajes sobre los ingresos brutos percibidos por el infractor, relativos a todas sus actividades económicas, correspondientes al ejercicio inmediato anterior al de la resolución de la Comisión indicados en el numeral precedente no serán considerados como parámetro para determinar el nivel de multa correspondiente en los casos en que el infractor: i) no haya acreditado el monto de ingresos brutos percibidos relativos a todas sus actividades económicas, correspondientes a dicho ejercicio; o, ii) se encuentre en situación de reincidencia.
- 52.3.- La reincidencia se considerará circunstancia agravante, por lo que la sanción aplicable no deberá ser menor que la sanción precedente.

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

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

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

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

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 el 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), aprobado por Decreto Supremo N° 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.⁹

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.¹⁰

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)¹¹; 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.

⁹ Dicho alcance es determinado por cada órgano resolutivo (OR) conforme a las características de cada caso en concreto y la naturaleza de la infracción.

¹⁰ 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”.

¹¹ En línea con lo establecido en la Ley N° 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.

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 N° 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:

Cuadro 21
CCD Y SDC (CUANDO ACTÚE COMO SEGUNDA INSTANCIA):
MONTO PREESTABLECIDO DE k_p , POR TAMAÑO DEL INFRACCTOR, 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 base¹², conforme al Cuadro 2, que se muestra a continuación:

¹² 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.

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

Circunstancias agravantes	f _i
f₁: Reincidencia.	
1. No aplica o no hay reincidencia.	0%
2. Primera reincidencia.	25%
3. Segunda reincidencia.	50%
4. Tercera reincidencia a más.	100%
f₂: Reiterancia.	
1. No aplica o no hay reiterancia.	0%
2. Primera reiterancia.	10%
3. Segunda reiterancia.	30%
4. Tercera reiterancia a más.	40%
f₃: 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%
f₄: Cuando la conducta infractora haya puesto en riesgo u ocasionado daño a la salud, la vida o la seguridad de personas.¹³	
1. La conducta no puso en riesgo ni generó daños.	0%
2. La conducta generó riesgo.	30%
3. La conducta ocasionó daños.	75%
f₅: 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%
f₆: 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
f₇: La presentación por el denunciado de una propuesta conciliatoria dentro del procedimiento administrativo que coincida con la medida correctiva ordenada por el órgano resolutorio.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 resolutorio.	-30%
f₈: 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%
f₉: 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%
f₁₀: Cuando el administrado reconozca su responsabilidad de forma expresa y por escrito con anterioridad y posterioridad al Informe Final de Instrucción.⁵	
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%
f₁₁: 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 ($\alpha \times V$)¹³, 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 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.

¹³ El porcentaje α puede ser hasta 15%, no obstante, de ser necesario, el órgano resolutorio puede aplicar un porcentaje mayor con el debido sustento.

Cuadro 25
CARACTERÍSTICAS SEGÚN NIVEL DE DISUASIÓN

Nº	Característica			Nivel de disuasión
1	Acciones que conlleven a un ocultamiento de información.	Clandestinidad / informalidad. ¹⁷	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 ²¹	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 COMPETENCIA¹⁴, 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 ($\alpha \times V$), 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 base¹⁴, conforme al Cuadro 2, lo que determina la Multa Preliminar.

3.6.2 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.

En particular, se ha identificado que el [REDACTED] incurrió en la comisión de actos denigración, supuesto establecido en el artículo 11 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal.

Al respecto, es preciso mencionar que la Secretaría Técnica solicitó a la OEE la elaboración de un Informe Técnico en base a lo establecido en la Metodología para la determinación de multas que impongan los órganos resolutivos del Indecopi, y 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 al imputado por el hecho materia de cuestionamiento como presunto actos de denigración. Sin embargo, la OEE mediante el Informe N° 000070-2025-

¹⁴ 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.



OEE/INDECOPI de fecha 9 de abril de 2025, concluyó lo siguiente: “(...) considerando que la aplicación del “método basado en un porcentaje de las ventas del producto o servicio afectado” requiere de la información de las ventas y el margen de operativa correspondientes al producto o productos afectados durante el período de infracción, y siendo que en el presente caso no se dispone de dicha información, no resulta posible para esta Oficina aplicar el referido método (...)”.

En ese sentido, considerando lo anterior, este Colegiado verifica que al no contar con elementos suficientes que permitan determinar un posible beneficio económico ilícito derivado de la conducta cuestionada, durante el periodo de la infracción, y, por ende, graduar la sanción en el presente caso, en virtud del “Método basado en un porcentaje de las ventas del producto o servicio afectado”, corresponde graduar la sanción aplicable en el presente caso, en base los criterios establecidos en el artículo 53 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal, como son la duración del acto de competencia desleal detectado, la modalidad y 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.

Cabe precisar que, en anteriores pronunciamientos, la Sala ha señalado que cuando no se pueda determinar el beneficio ilícito obtenido por la infracción cometida, sea porque no se cuenta con dicha información o porque el diferencial es negativo, lo que corresponde es determinar la sanción a imponer siguiendo otros criterios, previstos en la Ley de Represión de la Competencia Desleal¹⁵.

Asimismo, esta Comisión estima conveniente señalar que tampoco tomará en cuenta la probabilidad de detección de la conducta infractora, en tanto dicho criterio tiene una incidencia en la multa base siempre que se cuente con el beneficio ilícito de la comisión de la infracción, el que, como ya se indicó, no es factible de ser estimado en el presente procedimiento. Por ello, a criterio de esta Comisión corresponde graduar la sanción, tomando en cuenta los otros criterios existentes para determinar la multa aplicable a la infractora.

Previamente, esta Comisión es de la opinión que la intensa competencia existente en el mercado materia de análisis incentiva a las empresas concurrentes, como la denunciante, a poner en conocimiento de las autoridades administrativas competentes aquellos actos que vulneran las reglas de la leal competencia y transgreden las normas que regulan y reprimen los actos de competencia desleal.

En ese sentido, en relación al alcance e impacto de las comunicaciones cuestionadas, de la información presentada por el imputado, la Comisión aprecia que estas han tenido un impacto publicitario importante, toda vez que las mismas fueron difundidas en la red social *TikTok*, lo que, a consideración de la Comisión, implica un medio digital que permite que los comentarios difundidos puedan ser conocidos por un número ilimitado de personas, al existir mayores probabilidades de difusión y cobertura. Asimismo, la Comisión aprecia que el periodo de difusión de las afirmaciones cuestionadas fue del 1 de julio hasta el 22 de diciembre de 2023, por lo que se entiende que, en el marco de este criterio, el periodo de duración ha tenido también un alcance importante, al existir inclusive la probabilidad de que tales publicaciones hayan sido compartidas por otros usuarios, incrementando así el número de personas receptoras del mensaje.

¹⁵ Al respecto, ver Resolución N° 018-2021/CCD-INDECOPI de fecha 9 de febrero de 2021; Resolución N° 048-2021/CCD-INDECOPI de fecha 6 de abril de 2021; Resolución N° 061-2021/CCD-INDECOPI de fecha 20 de abril de 2021; y, Resolución N° 079-2021/CCD de fecha 4 de mayo de 2021.



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPÍ



De otro lado, es necesario analizar la relevancia de las afirmaciones denigratorias consideradas infractoras. En tal sentido, debe apreciarse que el hecho de que la infractora haya difundido comentarios con contenido denigratorio, a través de redes sociales, dando a entender que la denunciante estaría engañando a los consumidores al ofertar productos (zapatillas) de dudosa calidad, constituye un mensaje capaz de menoscabar la imagen y la posición competitiva de la denunciante, que lesiona la reputación del empresario y del prestigio ganado eficientemente.

En relación con los efectos de la conducta infractora, la Comisión aprecia que, en el presente caso, los mensajes difundidos por el infractor podrían haber generado una distorsión en el mercado en perjuicio de las expectativas de los consumidores, quienes podrían haber adoptado decisiones de consumo que pudieron no haber sido adecuadas a sus intereses, guiándose de la información difundida por el imputado a través de sus mensajes denigratorios. Además, la Comisión considera que el empleo de mensajes como los cuestionados, en tanto no sean verdaderos, exactos y pertinentes, son capaz de atraer ilícitamente clientes potenciales a los competidores de la denunciante, toda vez que genera una apreciación errada respecto de sus productos. En efecto, el hecho que las afirmaciones denigratorias hayan sido dirigidas al público en general, han generado que éstos reciban información falsa o meras opiniones que aluden a desventajas de los productos de la denunciante, lo que pudo modificar el comportamiento y desviar preferencias indebidamente.

Es por ello que, este Colegiado considera que debe lograrse que la multa cumpla con la función desincentivadora que le corresponde, con la finalidad de evitar que para la infractora pueda resultar más ventajoso incumplir la Ley de Represión de la Competencia Desleal y asumir la correspondiente sanción, que someterse a lo dispuesto por las normas imperativas que regulan la actividad publicitaria. Esta función es recogida por el principio de razonabilidad de la potestad sancionadora de las entidades del Estado, previsto en el inciso 3 del artículo 248 del Texto Único Ordenado de la Ley del Procedimiento Administrativo General, aprobado por Decreto Supremo N° 004-2019-JUS, aplicable supletoriamente a los procedimientos administrativos como el presente. En esa línea, dada las características señaladas previamente, este Colegiado aprecia que la conducta ha sido infractora de la leal competencia, y ha tenido efecto real en el mercado, por lo que amerita una sanción de naturaleza pecuniaria de acuerdo con los argumentos anteriormente señalados.

De manera adicional, cabe señalar como antecedente relevante que mediante Resolución N° 1672-2006/TDC-INDECOPÍ se impuso a Petramás una sanción de multa ascendente a diez (10) Unidades Impositivas Tributarias (en adelante, UIT), debido a que realizó una comunicación pública que menoscabó la imagen empresarial de la denunciante (en ese caso, Vega Upaca S.A. – ReLima), incurriendo en la comisión de actos de denigración, tipificados en el artículo 11 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal (marco normativo de competencia desleal vigente para dicho contexto). Al respecto, esta Comisión advierte que, en el presente caso, dado el alcance y duración de la conducta infractora, así como el efecto del acto en la concurrencia de Petramás, en particular, y en el mercado en general, la sanción aplicable al presente caso deberá ser igual o mayor a la impuesta en el referido procedimiento, a fin de que sea lo suficientemente disuasiva para que la imputada no incurra nuevamente en actos de denigración en perjuicio de la denunciante y la competencia en general.

Por lo tanto, luego del análisis de la conducta infractora y tomando en consideración los criterios establecidos por los artículos 52 y 53 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal, la Comisión considera que en el presente caso la infracción debe ser considerada como leve, con efecto en el mercado, correspondiendo sancionar al señor [REDACTED] con una multa de diez (10) UIT.

Es pertinente indicar que no resulta aplicable el límite legal establecido en el numeral 52.2 del artículo 52 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal, que dispone que la multa no podrá exceder el 10% de los ingresos brutos percibidos por el infractor en el ejercicio anterior, puesto que el imputado no ha acreditado el monto de los ingresos brutos obtenidos en todas sus actividades económicas correspondientes al año 2024.



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI



4. DECISIÓN DE LA COMISIÓN

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

HA RESUELTO:

PRIMERO: Declarar **FUNDADA** la denuncia presentada por Kicks E.I.R.L. en contra del señor [REDACTED], por la comisión de actos de competencia desleal en la modalidad de denigración, supuesto establecido en el artículo 11 del Decreto Legislativo N° 1044 – Ley de Represión de la Competencia Desleal,

SEGUNDO: SANCIONAR al [REDACTED] con una multa de diez (10) Unidades Impositivas Tributarias. En atención a ello, **ORDENAR** la inscripción del infractor en el Registro de Infractores creado por la Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal del Indecopi.

TERCERO: ORDENAR al [REDACTED] en calidad de medida correctiva, el **CESE DEFINITIVO** e **INMEDIATO** de los comentarios difundidos a través de la red social TikTok referidos al cuestionamiento realizado a los productos que comercializa Kicks, en tanto contengan mensajes denigratorios que menoscaben la imagen, el prestigio y la reputación empresarial de Kicks, sin cumplir con los requisitos de licitud establecidos el numeral 11.2 del artículo 11 del Decreto Legislativo N° 1044 – Ley de Represión de la Competencia Desleal.

CUARTO: ORDENAR al [REDACTED] que asuma el pago de las costas y los costos incurridos por Kicks E.I.R.L. en el trámite del presente procedimiento.

QUINTO: Conforme a lo establecido en el inciso 4 del artículo 205 del Decreto Supremo N° 004-2019-JUS - Texto Único Ordenado de la Ley del Procedimiento Administrativo General, requerir al señor George Antony Rubín Domínguez el cumplimiento espontáneo del pago de la multa impuesta mediante la presente resolución, sin perjuicio de lo cual se les informa que la misma será puesta en conocimiento de la Unidad de Ejecución Coactiva del Indecopi, a efectos de que ejerza las funciones que la Ley le otorga, en caso de incumplimiento.

SEXTO: ORDENAR al [REDACTED] 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 numeral 57.1 del artículo 57 del Decreto Legislativo N° 1044 - Ley de Represión de la Competencia Desleal.

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

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