



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

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



RESOLUCIÓN 0224-2025/SDC-INDECOPI

EXPEDIENTE 105-2024/CCD

PROCEDENCIA : COMISIÓN DE FISCALIZACIÓN DE LA COMPETENCIA DESLEAL

DENUNCIANTE : ASOCIACIÓN DE CONSUMIDORES Y USUARIOS DE LA REGIÓN ANCASH

IMPUTADA : S.C. JOHNSON & SON DEL PERÚ S.A.¹

MATERIAS : COMPETENCIA DESLEAL
ACTOS DE ENGAÑO

ACTIVIDAD : VENTA AL POR MAYOR NO ESPECIALIZADA

SUMILLA: *se declara la nulidad parcial de la Resolución 063-2025/CCD-INDECOPI del 15 de abril de 2025, en el extremo que denegó el pedido formulado por S.C. Johnson & Son del Perú S.A. para que se declare la inadmisibilidad de la denuncia presentada por la Asociación de Consumidores y Usuarios de la Región Ancash, debido a la falta de indicios razonables del acto de engaño denunciado.*

El fundamento es que en dicho extremo del pronunciamiento de primera instancia se incurrió en la causal de nulidad prevista en el numeral 10.2 del artículo 10 del Texto Único Ordenado de la Ley del Procedimiento Administrativo General, aprobado por Decreto Supremo 004-2019-JUS, relacionada con un defecto en la motivación.

Sin perjuicio de ello, en aplicación de lo dispuesto en el numeral 227.2 del artículo 227 del mismo cuerpo normativo, esta Sala considera que corresponde denegar dicho pedido. Conforme se indica en el presente pronunciamiento, la denunciante presentó indicios razonables de que la denunciada es la anunciante de la publicidad cuestionada y de que tales piezas publicitarias transmitirían el mensaje de que los 4 productos cuestionados eliminarían el 99.9 % de todos los gérmenes presentes en cocinas, pese a que ello no sería cierto.

De otro lado, se CONFIRMA la Resolución 063-2025/CCD-INDECOPI del 15 de abril de 2025, en el extremo que declaró fundada la denuncia en contra de S.C. Johnson & Son del Perú S.A. por la comisión de actos de competencia desleal en la modalidad de engaño, supuesto previsto en el artículo 8 del Decreto Legislativo 1044, Ley de Represión de la Competencia Desleal.

¹ Persona jurídica identificada con RUC 20386825042.



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

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



RESOLUCIÓN 0224-2025/SDC-INDECOPI

EXPEDIENTE 105-2024/CCD

Esta decisión se sustenta en que, a través de la publicidad en empaque de los productos Mr. Músculo cocina variedad limón (atomizador de 500 ml), Mr. Músculo cocina variedad limón (doypack de 500 ml, repuesto económico), Mr. Músculo cocina variedad naranja (atomizador de 500 ml) y Mr. Músculo cocina variedad naranja (doypack de 500 ml, repuesto económico), se difundió la afirmación “mata el 99.9% de los gérmenes”. En tal sentido, la denunciada dio a entender que estos productos tendrían una efectividad contra el 99.9% de todos los gérmenes que podrían encontrarse en donde se aplica (cocinas), sin acreditar la veracidad de dicho mensaje.

Finalmente, se MODIFICA la Resolución 063-2025/CCD-INDECOPI del 15 de abril de 2025, en el extremo que sancionó a S.C. Johnson & Son del Perú S.A. con una multa total de 20 (veinte) Unidades Impositivas Tributarias; y, reformándola se sanciona a dicha empresa con una multa total de 10 (diez) Unidades Impositivas Tributarias, distribuidas de la siguiente manera:

- ***Por la difusión de publicidad en empaque del producto denominado Mr. Músculo cocina variedad limón en envase con atomizador de 500 ml: 2.5 UIT.***
- ***Por la difusión de publicidad en empaque del producto denominado Mr. Músculo cocina variedad limón en envase de doypack de 500ml: 2.5 UIT.***
- ***Por la difusión de publicidad en empaque del producto denominado Mr. Músculo cocina variedad naranja en envase con atomizador de 500 ml: 2.5 UIT.***
- ***Por la difusión de publicidad en empaque del producto denominado Mr.- Músculo cocina variedad naranja en envase de doypack de 500ml: 2.5 UIT.***

SANCIÓN: 10 (DIEZ) UNIDADES IMPOSITIVAS TRIBUTARIAS.

Lima, 6 de octubre de 2025

CONTINÚA EN LA SIGUIENTE PÁGINA

I. ANTECEDENTES

1. Mediante escrito del 3 de julio de 2024, complementado con escrito del 10 de julio de 2024, la Asociación de Consumidores y Usuarios de la Región Ancash (en adelante, Acurea) denunció ante la Secretaría Técnica de la Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal (en adelante, la Secretaría Técnica de la Comisión) a S.C. Johnson & Son del Perú S.A. (en adelante, S.C. Johnson), por la presunta comisión de actos de engaño, supuesto previsto en el artículo 8² del Decreto Legislativo 1044, Ley de Represión de la Competencia Desleal (en adelante, Ley de Represión de la Competencia Desleal). La denuncia se sustentó en los siguientes argumentos³:
 - (i) Mediante la publicidad en empaque de los productos Mr. Músculo cocina variedad limón (atomizador de 500 ml), Mr. Músculo cocina variedad limón (doypack de 500 ml, repuesto económico), Mr. Músculo cocina variedad naranja (atomizador de 500 ml) y Mr. Músculo cocina variedad naranja (doypack de 500 ml, repuesto económico), se difundieron las afirmaciones: “limpieza poderosa que remueve 100% de grasas” y “mata el 99.9% de los gérmenes”, las que transmiten a los consumidores los mensajes de que dichos productos: a) son limpiadores con la capacidad de remover el 100% de todas las grasas presentes en las cocinas; y, b) tendrían la capacidad de eliminar el 99.9% de todos los gérmenes presentes en las cocinas.
 - (ii) Sin embargo, respecto del mensaje b) S.C. Johnson informa —en el rotulado— que han testeado 8 gérmenes⁴, los que están compuestos por 5 bacterias, 2 virus y 1 hongo.

² **DECRETO LEGISLATIVO 1044. LEY DE REPRESIÓN DE LA COMPETENCIA DESLEAL**

Artículo 8.- Actos de engaño

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

(...)

³ En la misma oportunidad, Acurea solicitó lo siguiente: (i) que se ordene, en calidad de medidas correctivas, el cese de la difusión de las frases que transmiten mensajes no veraces; así como la rectificación de los mensajes engañosos a través de avisos en los cuales S.C. Johnson comuniquen a los consumidores que los productos fueron distribuidos con frases que transmitían mensajes no veraces (en establecimientos comerciales físicos a nivel nacional y medios virtuales como página web, Facebook, Instagram, Tik Tok y otras cuentas oficiales); (ii) se disponga un porcentaje de la multa a favor de Acurea; (iii) se ordene a la denunciada el pago de las costas y costos del procedimiento; y, (iv) que Indecopi publique la resolución en su portal institucional en el plazo máximo de 30 días calendario.

Adicionalmente, adjuntó lo siguiente: (i) 4 muestras físicas de los productos Mr. Músculo cocina variedad limón y naranja, en presentación con atomizador de 500 ml y doypack, así como fotografías de estos; (iii) factura electrónica FA48-00559602 del 15 de setiembre de 2023, correspondiente a la compra de los productos; y, (vi) consulta de la notificación sanitaria obligatoria NSOH07435-18CO de la Dirección General de Salud Ambiental e Inocuidad Alimentaria del Ministerio de Salud (Digesa).

⁴ El detalle de los gérmenes es: (a) bacterias: S. entérica, P. aeruginosa, S. aerus, E. coli, E. hirae; (b) virus: influenza (AH1N1), Norovirus; y, (c) hongos: C. albicans.

- (iii) El testeo de los 8 gérmes no puede significar el universo de todos los microorganismos presentes en las cocinas. En consecuencia, lo informado en el rotulado contradice el mensaje publicitario transmitido.
- (iv) La publicidad de los productos en cuestión es la siguiente:
- Mr. Músculo cocina variedad limón (atomizador de 500 ml)



- Mr. Músculo cocina variedad limón (doypack de 500 ml, repuesto económico)



- Mr. Músculo cocina variedad naranja (atomizador de 500 ml)



- Mr. Músculo cocina variedad naranja (doypack de 500 ml, repuesto económico)



2. Mediante Resolución s/n del 20 de agosto de 2024, la Secretaría Técnica de la Comisión imputó a S.C. Johnson 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 Desleal⁵; debido a que:
- (i) Habría difundido publicidad en empaque del producto “Mr. Músculo cocina variedad limón, en presentación con atomizador de 500 ml”, con las siguientes afirmaciones: “limpieza poderosa remueve 100% grasa” y “mata el 99.9% de los gérmenes”, dando a entender que el producto sería: a) un limpiador con la capacidad de remover el 100% de todas las grasas presentes en el ambiente de la cocina; y, b) un limpiador líquido con capacidad de eliminar el 99.9% de todos los gérmenes presentes en el ambiente de la cocina; cuando en realidad dichos mensajes no serían ciertos.
 - (ii) Habría difundido publicidad en empaque del producto “Mr. Músculo cocina variedad limón, en presentación doypack de 500 ml, repuesto económico”, con las mismas afirmaciones dando a entender que dicho producto sería: a) un limpiador con la capacidad de remover el 100% de todas las grasas presentes en el ambiente de la cocina; y, b) un limpiador líquido con capacidad de eliminar el 99.9% de todos los gérmenes presentes en el ambiente de la cocina; cuando dichos mensajes no serían ciertos.
 - (iii) Habría difundido publicidad en empaque del producto “Mr. Músculo cocina variedad naranja, en presentación con atomizador de 500 ml, repuesto económico”, con las mismas afirmaciones, dando a entender que tal producto sería: a) un limpiador con la capacidad de remover el 100% de todas las grasas presentes en el ambiente de la cocina; y, b) un limpiador líquido con capacidad de eliminar el 99.9% de todos los gérmenes presentes en el ambiente de la cocina; cuando dichos mensajes no serían ciertos.
 - (iv) Habría difundido publicidad en empaque del producto “Mr. Músculo cocina variedad naranja, en presentación doypack de 500 ml, repuesto económico”, con las mismas afirmaciones, dando a entender que el referido producto sería: a) un limpiador con la capacidad de remover el 100% de todas las grasas presentes en el ambiente de la cocina; y, b) un limpiador líquido con capacidad de eliminar el 99.9% de todos los gérmenes presentes en el ambiente de la cocina; cuando dichos mensajes no serían ciertos.

⁵ Ver nota al pie 2 de la presente resolución.

3. El 19 de setiembre de 2024⁶, la Dirección de Fiscalización del Indecopi (en adelante, la DFI) realizó una inspección al supermercado “Plaza Vea”, ubicado en el Jr. Morelli 164, distrito de San Borja, y al supermercado Tottus, ubicado en la Calle Las Begonias 785, distrito de San Isidro –ambos en la provincia y departamento de Lima–. En las mencionadas diligencias verificó la comercialización de los productos señalados en los puntos (i), (iii) y (iv) del numeral 2.
4. El 30 de setiembre de 2024, S.C. Johnson presentó un escrito a través del cual manifestó lo siguiente⁷:
- (i) Se ha afectado su derecho de defensa debido a que no se le notificó el escrito de denuncia presentado por Acurea.
 - (ii) La denunciante no ha proporcionado indicios razonables que sustenten la acusación en su contra, ya que no ha presentado ningún estudio, análisis técnico o prueba objetiva que acredite la falsedad de las afirmaciones cuestionadas; limitándose a señalar que tales afirmaciones serían falsas.
 - (iii) Se debe aplicar el principio de Non Bis In Ídem con el procedimiento analizado en el Expediente en 201-2023/CCD⁸; toda vez que existe identidad de sujetos, así como de hecho y fundamento, ya que en ambos casos se cuestiona la veracidad de las afirmaciones publicitarias (actos de engaño) relacionadas con los productos bajo la marca “Mr. Músculo”.
 - (iv) Dado que el procedimiento seguido bajo Expediente 201-2023/CCD se encuentra pendiente de ser resuelto, existe una situación de litispendencia, regulada en el numeral 7 del artículo 446 del Código Procesal Civil⁹.

⁶ La Secretaría Técnica de la Comisión solicitó a la DFI que realice dicha inspección a través del Memorandum 604-2024-CCD/INDECOPI del 6 de setiembre de 2024.

⁷ Asimismo, para acreditar la afirmación “mata el 99.9% de los gérmenes”, la imputada adjuntó los siguientes documentos: (i) Estudio titulado “BS EN 14476 – desinfectantes químicos y antisépticos – prueba de suspensión cuantitativa para la evaluación de la actividad virucida en el área médica – método de prueba y requisitos (fase2/paso1)” del 12 de mayo de 2017; (ii) Estudio titulado “EN 13697 – prueba europea cuantitativa de superficie para la evaluación de la actividad bactericida” del 14 de junio de 2017; (iii) Estudio titulado “EN 1650 – ensayo de suspensión cuantitativa para la evaluación de la actividad fungicida de desinfectantes” del 21 de junio de 2017; (iv) Estudio titulado BS EN 14476 - desinfectantes químicos y antisépticos – prueba de suspensión cuantitativa para la evaluación de la actividad virucida en el área médica – método de prueba y requisitos (fase2/paso1)” del 24 de julio de 2017; (v) Estudio titulado EN 13697 – prueba europea cuantitativa de superficie para la evaluación de la actividad bactericida” del 24 de abril de 2018; y, (vi) Estudio titulado “Eficacia virucida de un desinfectante para su uso en superficies inanimadas” del 9 de julio de 2020. Asimismo, para acreditar la veracidad de la afirmación “limpieza poderosa remueve 100% de grasa”, adjuntó lo siguiente: (i) Estudio titulado “Mr. Muscle/scrubbing bubbles bathroom cleaner y Mr. Muscle/scrubbing bubbles/fantastik kitchen cleaner (Gatorade gertrude formula) trigger sustentode claim a los países desarrollados” del 15 de mayo de 2017. Finalmente, adjuntó los Informes 11362-2018/DCEA/DIGESA del 20 de diciembre de 2018 y 5839-2020/DCEA/DIGESA del 20 de setiembre de 2020, emitidos por Digesa.

⁸ En el procedimiento correspondiente al Expediente en 201-2023/CCD, se imputó a S.C. Johnson la presunta comisión de actos de competencia desleal en la modalidad de engaño, debido a que habría difundido la publicidad en empaque del producto “limpiador líquido – baño limpia sarro y suciedades difíciles “Mr. Músculo – 500ml”.

⁹ **TEXTO UNICO ORDENADO DEL CODIGO PROCESAL CIVIL**

M-SDC-02/02

Vigencia del Modelo: 2020-03-11

- (v) Respecto a la información en el empaque de los productos imputados, si bien se está informando que cada uno de los productos “mata el 99.9% de los gérmenes”, se ha precisado en el empaque que dicha afirmación está vinculada con las cepas testeadas, es decir, contra: (i) bacterias: *S. entérica*, *P. aeruginosa*, *S. aerus*, *E. coli*, *E. hirae*; (ii) virus: influenza (AH1N1), Norovirus, SARS-CoV-2; y, (iii) hongos: *C. albicans*. En ese sentido, no es susceptible de inducir a error a los consumidores.
- (vi) Mediante Informe 11362-2018/DCEA/DIGESA del 20 de diciembre de 2018, la Dirección General de Salud Ambiental del Ministerio de Salud (en adelante, Digesa) otorgó el reconocimiento de Notificación Sanitaria Obligatoria – NSO a los productos cuestionados. Lo anterior evidencia que dicha autoridad verificó –sobre la base de los mismos estudios que presentó en este procedimiento– que los productos cuestionados efectivamente son eficaces contra las cepas testeadas.
- (vii) Mediante Informe 5839-2020/DCEA/DIGESA del 20 de setiembre de 2020, la Digesa autorizó el cambio de información en el rotulado de los productos materia de cuestionamiento.
- (viii) La afirmación “limpieza poderosa remueve 100% de grasa” no induce a error a los consumidores; ya que, al reverso del empaque, se precisa que tal afirmación está vinculada a la grasa de la cocina.
5. A través de la Resolución 2 del 25 de febrero de 2025, la Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal (en adelante, la Comisión) suspendió el trámite del presente procedimiento hasta que la Oficina de Estudios Económicos del Indecopi (en adelante, la OEE) emita un informe técnico en el que se determine el beneficio económico que pudo haber obtenido S.C. Johnson por la presunta realización de la conducta imputada¹⁰.
6. El 4 de marzo de 2025 S.C. Johnson presentó un escrito por medio del cual agregó lo siguiente¹¹:
- (i) Del análisis integral de la publicidad de empaque de los productos cuestionados, se desprende que la frase “mata el 99.99% de los gérmenes” se refiere a aquellas cepas específicas sobre las cuales los

RESOLUCION MINISTERIAL Nº 010-93-JUS

Artículo 446.- El demandado sólo puede proponer las siguientes excepciones:

(...)

7. Litispendencia;

(...)

¹⁰ Cabe mencionar que dicho informe fue solicitado por la Secretaría Técnica de la Comisión, mediante Memorandum 124-2025-CCD/INDECOPI del 26 de febrero de 2025.

¹¹ De igual manera, reiteró sus argumentos correspondientes al principio de Non Bis In Ídem y a la excepción de litispendencia. También reiteró que la afirmación publicitaria “mata el 99.9% de los gérmenes” no es engañosa ni imprecisa, debido a que está respaldada científicamente con los estudios presentados.

productos han sido testeados. En ningún momento se afirmó o sugirió que cada uno de los productos serían efectivos contra todos los gérmenes presentes en una cocina.

- (ii) Al revisar el etiquetado de los productos, en el reverso, se detalla explícitamente la relación de cepas específicas contras las cuales los productos han sido eficaces.
7. El 4 de abril de 2025, la OEE remitió el Informe 64-2025-OEE/INDECOPI. En ese sentido, a través de Resolución 3 del 15 de abril de 2025, la Comisión declaró el levantamiento de la suspensión del procedimiento.
8. Mediante Resolución 063-2025/CCD-INDECOPI del 15 de abril de 2025, la Comisión declaró fundada la denuncia en contra de S.C. Johnson por la comisión de actos de competencia desleal en la modalidad de engaño; sancionándola con una multa total ascendente a 20 (veinte) Unidades Impositivas Tributarias (en adelante, UIT) —es decir, de 5 (cinco) UIT por cada uno de los 4 anuncios—; y, ordenándole una medida correctiva¹². La decisión de la primera instancia se sustentó en los siguientes fundamentos:

Sobre la falta de indicios razonables de la denuncia

- (i) De la revisión de los actuados se evidencia que la denunciante ha presentado medios probatorios y argumentos sólidos que permiten establecer la existencia de indicios razonables que fundamentan la decisión de la administración para efectuar una imputación de cargos en contra de S.C. Johnson. Por lo tanto, corresponde desestimar el argumento de S.C. Johnson sobre dicho punto.

Sobre la presunta vulneración al principio de Non Bis In Ídem

- (ii) En este procedimiento se analiza la presunta comisión de actos de engaño a través de la publicidad en empaque de los 4 productos indicados en el numeral 2 de la presente resolución, que contienen las afirmaciones “limpieza poderosa remueve 100% grasa” y “mata el 99.9% de los gérmenes”.

¹² En calidad de medida correctiva, la Comisión ordenó a S.C. Johnson el cese de la difusión de la publicidad cuestionada de los productos (i) “Mr Músculo cocina variedad limón, en presentación con atomizador de 500 ml”; (ii) “Mr Músculo cocina variedad limón, en presentación doypack de 500 ml, repuesto económico”; (iii) “Mr Músculo cocina variedad naranja, en presentación con atomizador de 500 ml, repuesto económico”; y, (iv) “Mr Músculo cocina variedad naranja, en presentación doypack de 500 ml, repuesto económico”, en tanto indique que dichos productos constituyen una (i) “limpieza poderosa remueve 100% de grasa”; y, (ii) “mata el 99.9% de los gérmenes”, cuando ello no sea cierto.

- (iii) Por otro lado, en el procedimiento tramitado en el Expediente 201-2023/CCD se evaluaron actos de engaño por la difusión de publicidad en empaque del producto “limpiador líquido – baño limpia sarro y suciedades difíciles “Mr. Músculo – 500ml”, con la afirmación “mata el 99.9% de los gérmenes”. Es decir, se tratan de anuncios diferentes sobre productos distintos. En ese sentido, no se advierte la existencia de identidad de hecho ni fundamento.

Sobre la excepción de litispendencia

- (iv) En el Expediente 201-2023/CCD, la Comisión ya emitió una resolución final (Resolución 004-2025/CCD-INDECOPI del 28 de enero de 2025); por lo que no se trata de un procedimiento pendiente de resolución. En ese sentido, no resulta jurídicamente válido invocar la existencia de un supuesto de litispendencia.

Sobre los actos de engaño

- (v) De la revisión de los medios probatorios y de los argumentos aportados por la denunciada, es posible afirmar que participó efectivamente en el proceso de difusión de la publicidad cuestionada y de la comercialización de los 4 productos imputados –todos con las afirmaciones “limpieza poderosa remueve 100% grasa” y “mata el 99.9% de los gérmenes”–.
- (vi) La afirmación “limpieza poderosa remueve 100% grasa” transmite el mensaje de que los productos cuestionados tienen la capacidad de eliminar toda la grasa presente en una superficie, sin excepción. Sin embargo, el medio probatorio presentado para sustentar dicho mensaje corresponde a productos distintos a los cuestionados¹³. Además, los niveles de eficacia reportados (99.8%, 99.85% y 99.84%) no coinciden con el 100% que se promociona. Por lo tanto, se declara fundado el procedimiento por actos de competencia desleal en la modalidad de engaño en este extremo.

¹³

Para acreditar la veracidad de la afirmación “limpieza poderosa remueve 100% de grasa”, S.C. Johnson adjuntó un estudio titulado “*Mr. Muscle/scrubbing bubbles bathroom cleaner y Mr. Muscle/scrubbing bubbles/fantastik kitchen cleaner (Gatorade gertrude formula) trigger sustentode claim a los países desarrollados*” del 15 de mayo de 2017. Al respecto, si bien tal estudio es de fecha anterior al inicio de la difusión de la publicidad, los productos evaluados fueron: (i) Gertrude SOF 3532933 – SB gatillo verde; (ii) Gertrude SOF 3532933 – versace trigger mist; y, (iii) Gertrude SOF 3532933 – versace trigger espuma, los cuales difieren totalmente de los 4 productos materia de cuestionamiento en el presente procedimiento.

- (vii) De otro lado, la afirmación “mata el 99.9% de los gérmenes” transmite el mensaje de que los productos cuestionados tienen un altísimo nivel de efectividad en la eliminación de microorganismos patógenos. No obstante, los medios probatorios presentados únicamente demuestran que dichos productos solo son capaces de eliminar el 99.9% de cepas específicas de gérmenes –en particular, (a) bacterias: *S. entérica*, *P. aeruginosa*, *S. aerus*, *E. coli*, *E. hirae*; (b) virus: influenza (AH1N1), Norovirus, SARS-CoV-2; y, (c) hongos: *C. albicans*–.
- (viii) En tal sentido, dichas evidencias no acreditan que el producto tenga efectividad contra el 99.9% de todos los gérmenes que podrían encontrarse en el entorno doméstico. Por lo tanto, corresponde declarar fundado el procedimiento por la comisión de actos de competencia desleal en la modalidad de engaño en este extremo.

Sobre la graduación de la sanción

- (ix) S.C. Johnson no presentó la información económica necesaria para graduar la sanción conforme al “Método basado en un porcentaje de las ventas del producto o servicio afectado”¹⁴; por lo que la Comisión procedió a graduar la sanción teniendo en cuenta lo establecido en el artículo 53 de Ley de Represión de la Competencia Desleal¹⁵.
- (x) En ese sentido, se tuvo en cuenta la duración, modalidad y alcance del acto de competencia desleal; así como el efecto de dicho acto sobre los competidores, consumidores o usuarios.

¹⁴ Metodología aprobada por el Decreto Supremo 032-2021-PCM, Decreto Supremo que aprueba la graduación, metodología y factores para la determinación de las multas que impongan los órganos resolutores del Indecopi respecto de las infracciones sancionables en el ámbito de su competencia.

¹⁵ **DECRETO LEGISLATIVO 1044, LEY DE REPRESIÓN DE LA COMPETENCIA DESLEAL**
Artículo 53.- 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.

- (xi) La información difundida a través de la publicidad en empaque generó una distorsión en el mercado en perjuicio de las expectativas de los consumidores, quienes pudieron adoptar decisiones de consumo que pudieron no haber sido adecuadas a sus intereses. Asimismo, se consideró que la difusión de mensajes como los cuestionados, en tanto no se ajusten a la realidad, son capaces de atraer ilícitamente clientes potenciales de los competidores de la imputada, toda vez que genera una falsa expectativa de una ventaja significativa.
- (xii) Por lo expuesto, se consideró que la infracción es leve con efecto en el mercado. En tal sentido, y sobre la base de jurisprudencia previa¹⁶, se determinó una multa total de 20 UIT¹⁷, monto que no supera el 10% de los ingresos brutos percibidos por la infractora relativos a todas sus actividades económicas en el año 2024.

Sobre los otros extremos de la resolución

- (xiii) Finalmente, la Comisión ordenó a S.C. Jonhson el pago de las costas y costos incurridos por la denunciante en el trámite del procedimiento, dispuso que la denunciante participe del 40% de la multa impuesta; y, denegó los pedidos de Acurea para que se ordene la publicación de avisos rectificatorios, así como la publicación de la resolución condenatoria.
9. El 16 de mayo de 2025, S.C. Johnson apeló la Resolución 063-2025/CCD-INDECOPI, manifestando lo siguiente:
- (i) La motivación de la Comisión respecto a la supuesta falta de indicios razonables en la denuncia presentada por Acurea es deficiente, pues se limitó a señalar que la denunciante habría presentado medios probatorios y argumentos sólidos que permitirían establecer dichos indicios, sin especificar cuáles serían estos. Esta omisión constituye una vulneración al principio de debido procedimiento, razón por la cual debe declararse la nulidad de la Resolución 063-2025/CCD-INDECOPI.
- (ii) Acurea no ha proporcionado algún indicio razonable que sustente la acusación por competencia desleal en la modalidad de actos de engaño. Por el contrario, se ha limitado a señalar que las afirmaciones que se

¹⁶ Al respecto, la Comisión tuvo en cuenta la Resolución 029-2014/CCD-INDECOPI.

¹⁷ La multa total estuvo distribuida de la siguiente manera:

- Por la difusión de publicidad en empaque del producto denominado Mr. Músculo cocina variedad limón en envase con atomizador de 500 ml: 5 UIT.
- Por la difusión de publicidad en empaque del producto denominado Mr. Músculo cocina variedad limón en envase de doypack de 500ml: 5 UIT.
- Por la difusión de publicidad en empaque del producto denominado Mr. Músculo cocina variedad naranja en envase con atomizador de 500 ml: 5 UIT.
- Por la difusión de publicidad en empaque del producto denominado Mr. Músculo cocina variedad naranja en envase de doypack de 500ml: 5 UIT.



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

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



RESOLUCIÓN 0224-2025/SDC-INDECOPI

EXPEDIENTE 105-2024/CCD

consignan en la publicidad de los productos cuestionados son engañosas, sin adjuntar algún estudio o prueba objetiva que acredite la falsedad de los mensajes. En tal sentido, ha incumplido lo exigido por el artículo 29 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal.

- (iii) La interpretación realizada por la denunciante es incorrecta; ya que, a fin de determinar un mensaje, se debe efectuar una lectura integral y superficial de la publicidad. En la misma línea, la denunciante no ha tenido en cuenta los usos del mercado en que se comercializan los productos en cuestión, lo cual sirve para tener determinar cómo es que un consumidor interpretará la publicidad.
- (iv) La Comisión ha reconocido que los estudios presentados en el procedimiento demuestran que los 4 productos cuestionados tienen una eficacia del 99.9% contra: (i) bacterias: *S. entérica*, *P. aeruginosa*, *S. aerus*, *E. coli*, *E. hirae*; (ii) virus: influenza (AH1N1), Norovirus, SARS-CoV-2; y, (iii) hongos: *C. albicans*. Pese a ello, dicha autoridad ha considerado, erróneamente, que la afirmación “mata el 99.9% de los gérmenes” no hace referencia explícita a las cepas contra las que se ha demostrado eficacia ni delimita el alcance del mensaje.
- (v) Considerando que la interpretación del mensaje está relacionada con los usos en el mercado donde se comercializa y publicita el producto¹⁸, la Secretaría Técnica de la Comisión debió realizar una investigación minuciosa para comparar los distintos productos que compiten en el mercado de desinfectantes con la publicidad de los 4 productos cuestionados; sin embargo, ello no sucedió. Por el contrario, la primera instancia solo encargó a la DFI realizar una inspección sobre los 4 productos de S.C. Johnson.
- (vi) Incorporar una afirmación que indique que un producto desinfectante “mata el 99.9% de los gérmenes” en la parte frontal del empaque, precisando al reverso las cepas contras las que es eficaz, resulta una práctica común en el mercado. Considerando ello, los consumidores saben que deben dirigirse al reverso de los empaques para verificar el mensaje.
- (vii) Por último, el monto de las multas debe ser reducido, debido a que se ha acreditado que el mensaje “mata el 99.9% de los gérmenes” es veraz.

¹⁸ Al respecto, la imputada señaló que dicho fue desarrollado por la Sala en la Resolución 076-2020/SDC-INDECOPI del 20 de julio de 2020.



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

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



RESOLUCIÓN 0224-2025/SDC-INDECOPI

EXPEDIENTE 105-2024/CCD

II. CUESTIONES EN DISCUSIÓN

10. De la revisión de la apelación interpuesta por S.C. Johnson, se advierte que no cuestionó la Resolución 063-2025/CCD-INDECOPI, en el extremo que declaró fundada la denuncia en su contra por haber cometido actos de engaño, al difundir publicidad en empaque de los 4 productos cuestionados con la afirmación: “limpieza poderosa remueve 100% grasa”, dando a entender que serían limpiadores con la capacidad de remover el 100% de todas las grasas presentes en el ambiente de la cocina. Tampoco cuestionó su inscripción en el Registro de infractores creado por la Comisión, los alcances de la medida correctiva ni la orden de asumir el pago de las costas y costos incurridos por Acurea en el procedimiento.
11. Por lo tanto, dichos extremos del referido pronunciamiento han quedado consentidos¹⁹.
12. En atención a los antecedentes expuestos, la Sala Especializada en Defensa de la Competencia (en adelante, la Sala) debe determinar lo siguiente:
 - (i) Si la Resolución 063-2025/CCD-INDECOPI contiene un vicio que conlleve declarar su nulidad;
 - (ii) de ser el caso, si S.C. Johnson ha incurrido en la comisión de actos de competencia desleal en la modalidad de engaño, respecto de la afirmación “mata el 99.9% de los gérmenes”; y,
 - (iii) de ser el caso, si corresponde confirmar la sanción.

III. ANÁLISIS DE LAS CUESTIONES EN DISCUSIÓN

III.1. Sobre el presunto vicio de nulidad en el que estaría incurso la Resolución 063-2025/CCD-INDECOPI

III.1.1. Marco normativo

13. El artículo 10 del Texto Único Ordenado de la Ley 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General, aprobado por Decreto Supremo 004-2019-JUS (en adelante, TUO de la Ley del Procedimiento Administrativo General), contempla, entre las causales de nulidad del acto administrativo, el defecto o la omisión de alguno de sus requisitos de validez²⁰.

¹⁹ **DECRETO SUPREMO 004-2019-JUS. TEXTO ÚNICO ORDENADO DE LA LEY DEL PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO GENERAL**
Artículo 222.- Acto firme

Una vez vencidos los plazos para interponer los recursos administrativos se perderá el derecho a articularlos quedando firme el acto.

²⁰ **DECRETO SUPREMO 004-2019-JUS, TEXTO ÚNICO ORDENADO DE LA LEY 27444, LEY DEL PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO GENERAL**

14. El numeral 4 del artículo 3 de la citada norma establece, como uno de los elementos de validez de los actos administrativos, que estos se encuentren debidamente motivados en proporción al contenido y conforme al ordenamiento jurídico²¹. Por lo tanto, la falta de motivación o la existencia de defectos en este requisito de validez constituyen causales de nulidad del acto administrativo.
15. Adicionalmente, el numeral 6.1 del artículo 6 del mismo cuerpo normativo prevé que la motivación debe ser expresa, mediante una relación concreta y directa de los hechos probados relevantes del caso específico, e incluir una exposición de las razones jurídicas y normativas que justifican la decisión adoptada²².
16. Lo previamente indicado encuentra sustento en el hecho de que una de las garantías que el ordenamiento confiere a los administrados es el derecho a obtener una decisión motivada, lo cual se ve vulnerado cuando una resolución está sustentada en una motivación aparente²³. En este orden de ideas, el Tribunal Constitucional ha manifestado en la sentencia emitida en el Expediente 00728-2008-PHC/TC lo siguiente:

“7. (...) Inexistencia de motivación o motivación aparente. Está fuera de toda duda que se viola el derecho a una decisión debidamente motivada cuando la motivación es inexistente o cuando la misma es solo aparente, en el sentido de que no da cuenta de las razones mínimas que sustentan la decisión o de que no responde a las alegaciones de las partes del proceso, o porque solo intenta dar un cumplimiento formal al mandato, amparándose en frases sin ningún sustento fáctico o jurídico”.

[Subrayado agregado]

Artículo 10.- Causales de nulidad

Son vicios del acto administrativo, que causan su nulidad de pleno derecho, los siguientes:

(...)

2. El defecto o la omisión de alguno de sus requisitos de validez, salvo que se presente alguno de los supuestos de conservación del acto a que se refiere el Artículo 14.

(...)

- ²¹ **DECRETO SUPREMO 004-2019-JUS, TEXTO ÚNICO ORDENADO DE LA LEY DEL PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO GENERAL**

Artículo 3.- Requisitos de validez de los actos administrativos

Son requisitos de validez de los actos administrativos:

(...)

4. Motivación.- El acto administrativo debe estar debidamente motivado en proporción al contenido y conforme al ordenamiento jurídico.

(...)

- ²² **DECRETO SUPREMO 004-2019-JUS. TEXTO ÚNICO ORDENADO DE LA LEY 27444. LEY DEL PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO GENERAL**

Artículo 6.- Motivación del acto administrativo

6.1 La motivación debe ser expresa, mediante una relación concreta y directa de los hechos probados relevantes del caso específico, y la exposición de las razones jurídicas y normativas que con referencia directa a los anteriores justifican el acto adoptado.

(...)

- ²³ Al respecto, Reynaldo Bustamante señala que “una motivación es aparente cuando no presenta todos los elementos fácticos y jurídicos que justificarían el fallo razonablemente o que – de estar presentes – permitirían verificar la razonabilidad de la decisión (por ejemplo, cuando presenta fundamentaciones genéricas o implícitas) (...)”. BUSTAMANTE ALARCÓN, Reynaldo. El derecho a probar como elemento esencial de un proceso justo. Lima: Ara Editores, 2001, p. 73.

17. Por lo anterior, en el supuesto de que se verifique que un acto administrativo carezca de motivación o contiene solo una motivación aparente de su decisión, corresponderá determinar su nulidad por presentar un vicio insalvable en uno de sus elementos de validez.

III.1.2. Aplicación al presente caso

18. En apelación, S.C. Johnson alegó que la motivación de la Comisión respecto a la supuesta falta de indicios razonables en la denuncia presentada por Acurea sería deficiente. De la revisión de la Resolución 063-2025/CCD-INDECOPI, se observa que la primera instancia sustentó que la denunciante sí había presentado indicios, señalando lo siguiente:

“(…) de la revisión de los actuados en el presente procedimiento, la denunciante ha presentado medios probatorios y argumentos sólidos que permiten establecer los indicios razonables que fundamente la decisión de la administración para poder determinar una imputación de cargos en contra de S.C. Johnson (…)”

19. De lo anterior, se aprecia que la primera instancia se limitó a indicar que Acurea había presentado medios probatorios y argumentos que constituían indicios razonables. Sin embargo, dicha autoridad no respondió el cuestionamiento de S.C. Johnson, explicando las razones por las que tales elementos constituían indicios razonables.
20. Por lo tanto, este colegiado advierte que la resolución impugnada contiene una motivación aparente e insuficiente, transgrediendo lo dispuesto en el numeral 4 del artículo 3 y el numeral 6.1 del artículo 6 del TUO de la Ley del Procedimiento Administrativo General²⁴.
21. En consecuencia, corresponde declarar la nulidad parcial de la Resolución 063-2025/CCD-INDECOPI, en el extremo que denegó el pedido de S.C. Johnson para que se declare la inadmisibilidad de la denuncia presentada por Acurea, debido a que se encuentra incurso en la causal de nulidad contemplada en el numeral 10.2 del artículo 10 de dicho cuerpo normativo.
22. Sin perjuicio de lo anterior, de acuerdo con el numeral 227.2 del artículo 227 del TUO de la Ley del Procedimiento Administrativo General²⁵, constatada la existencia de una causal de nulidad, la autoridad podrá resolver el fondo del asunto controvertido si cuenta con los elementos de juicio suficientes para ello.

²⁴ Los cuales establecen a la motivación como uno de los requisitos de validez de los actos administrativos, debiendo ser esta expresa, mediante una relación concreta y directa de los hechos probados que resulten relevantes para el caso específico. Para mayor detalle ver notas al pie 21 y 22 del presente pronunciamiento.

²⁵ **DECRETO SUPREMO 004-2019-JUS. TEXTO ÚNICO ORDENADO DE LA LEY 27444 – LEY DEL PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO GENERAL**
Artículo 227.- Resolución
(…)

23. En el presente caso, la Sala cuenta con los elementos para emitir un pronunciamiento sobre la presunta inadmisibilidad de la denuncia sustentada en la falta de indicios razonables. Por tanto, en atención a los principios de impulso de oficio, celeridad y simplicidad²⁶ que inspiran el procedimiento administrativo, corresponde emitir un pronunciamiento al respecto.

III.2. Sobre la falta de presentación de indicios razonables

24. De acuerdo con el artículo 29 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal²⁷, la denuncia de parte por la presunta comisión de actos de competencia desleal debe contener, entre otros aspectos, *indicios razonables de la presunta existencia de uno o más actos de competencia desleal*.
25. En línea con lo anterior, el artículo 31 de la misma Ley²⁸ dispone que, antes de que la Secretaría Técnica de la Comisión decida sobre la admisión a trámite de una denuncia de parte, debe verificar la existencia de indicios razonables de la comisión de una infracción a la referida norma.

227.2.- Constatada la existencia de una causal de nulidad, la autoridad, además de la declaración de nulidad, resolverá sobre el fondo del asunto, de contarse con los elementos suficientes para ello. Cuando no sea posible pronunciarse sobre el fondo del asunto, se dispondrá la reposición del procedimiento al momento en que el vicio se produjo.

²⁶ **DECRETO SUPREMO 004-2019-JUS. TEXTO ÚNICO ORDENADO DE LA LEY 27444 – LEY DEL PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO GENERAL**

Artículo IV. Principios del procedimiento administrativo

(...)

1.3. Principio de impulso de oficio.- Las autoridades deben dirigir e impulsar de oficio el procedimiento y ordenar la realización o práctica de los actos que resulten convenientes para el esclarecimiento y resolución de las cuestiones necesarias.

(...)

1.9. Principio de celeridad.- Quienes participan en el procedimiento deben ajustar su actuación de tal modo que se dote al trámite de la máxima dinámica posible, evitando actuaciones procesales que dificulten su desenvolvimiento o constituyan meros formalismos, a fin de alcanzar una decisión en tiempo razonable, sin que ello releve a las autoridades del respeto al debido procedimiento o vulnere el ordenamiento.

(...)

1.13. Principio de simplicidad.- Los trámites establecidos por la autoridad administrativa deberán ser sencillos, debiendo eliminarse toda complejidad innecesaria; es decir, los requisitos exigidos deberán ser racionales y proporcionales a los fines que se persigue cumplir.

(...)

²⁷ **DECRETO LEGISLATIVO 1044. LEY DE REPRESIÓN DE LA COMPETENCIA DESLEAL.**

Artículo 29.- Requisitos de la denuncia de parte

La denuncia de parte que imputa la realización de actos de competencia desleal, deberá contener:

- a) Nombre, denominación o razón social del denunciante, su domicilio y los poderes correspondientes, de ser el caso;
- b) Indicios razonables de la presunta existencia de uno o más actos de competencia desleal;
- c) Identificación de los presuntos responsables, siempre que sea posible; y,
- d) El comprobante de pago de la tasa por derecho de tramitación del procedimiento sancionador.

²⁸ **DECRETO LEGISLATIVO 1044. LEY DE REPRESIÓN DE LA COMPETENCIA DESLEAL.**

Artículo 31.- Resolución de inicio del procedimiento.

31.1. La Secretaría Técnica se pronunciará sobre la admisión a trámite de una denuncia de parte luego de verificar el cumplimiento de los requisitos formales exigidos en el Texto Único de Procedimientos Administrativos - TUPA del INDECOPI, la competencia de la Comisión y la existencia de indicios razonables de infracción a la presente Ley.

(...)

26. El artículo 26 de la mencionada ley establece que la Secretaría Técnica de la Comisión tiene la atribución de iniciar de oficio el procedimiento de investigación y sanción de actos de competencia desleal. En particular, en el caso de denuncias de parte, dicho órgano instructor decide si corresponde (o no) su admisión a trámite, pudiendo declararlas inadmisibles o improcedentes, según corresponda^{29 30}.
27. Al respecto, Acurea señaló como fundamento de su denuncia que, a través de la publicidad en empaque de los 4 productos cuestionados, se traslada la afirmación “mata el 99.9% de los gérmenes”; la cual sería susceptible de inducir a error a los consumidores al dar a entender que dichos productos tendrían la capacidad de eliminar el 99.9% de todos los gérmenes presentes en las cocinas.
28. De igual manera, se observa que Acurea —a fin de acreditar que la denunciada difundió la publicidad en empaque de los productos materia de cuestionamiento— adjuntó, como medios probatorios, fotografías y muestras físicas de los productos antes mencionados.
29. Sobre el particular, se aprecia lo siguiente:

29

DECRETO LEGISLATIVO 1044. LEY DE REPRESIÓN DE LA COMPETENCIA DESLEAL.**Artículo 26.- La Secretaría Técnica. -**

26.1.- La Secretaría Técnica de la Comisión es el órgano con autonomía técnica que realiza la labor de instructor del procedimiento de investigación y sanción de actos de competencia desleal. Emite opinión sobre la existencia o no de un acto infractor objeto de procedimiento siempre que la Comisión lo requiera por considerarlo necesario para resolver sobre el fondo del asunto.

26.2.- Son atribuciones de la Secretaría Técnica:

(...)

b) Iniciar de oficio el procedimiento de investigación y sanción de actos de competencia desleal;

c) Tratándose de una denuncia de parte, decidir la admisión a trámite del procedimiento de investigación y sanción de actos de competencia desleal, pudiendo declarar inadmisibles o improcedentes la denuncia, según corresponda.

(...)

30

Es pertinente recordar que la admisibilidad y la procedencia constituyen presupuestos procesales imprescindibles para que la parte interesada pueda ejercer determinado acto procesal. Al respecto, corresponde precisar que la autoridad determina la inadmisibilidad cuando se presente una omisión o defecto respecto de requisitos formales susceptibles de subsanación (por ejemplo, la firma del escrito por el administrado o su representante); mientras que se determina la improcedencia de un acto si se verifica el incumplimiento de una exigencia de fondo, por lo que tiene carácter de insubsanable.

Al respecto, MONROY indica, de modo general, que la improcedencia “sirve para denunciar la existencia de una invalidez cuyo defecto invocado es considerado insubsanable”, en tanto mediante la inadmisibilidad “se expide declaración provisional de invalidez por medio de la cual otorga un plazo para remover el defecto que la provocó, por considerar que la situación es subsanable”. Cfr. MONROY PALACIOS, J., *Inadmisibilidad, Improcedencia y Fundabilidad en el ordenamiento civil peruano*, Revista Oficial del Poder Judicial 1/N° 1, Lima, 2007, p. 302

M-SDC-02/02

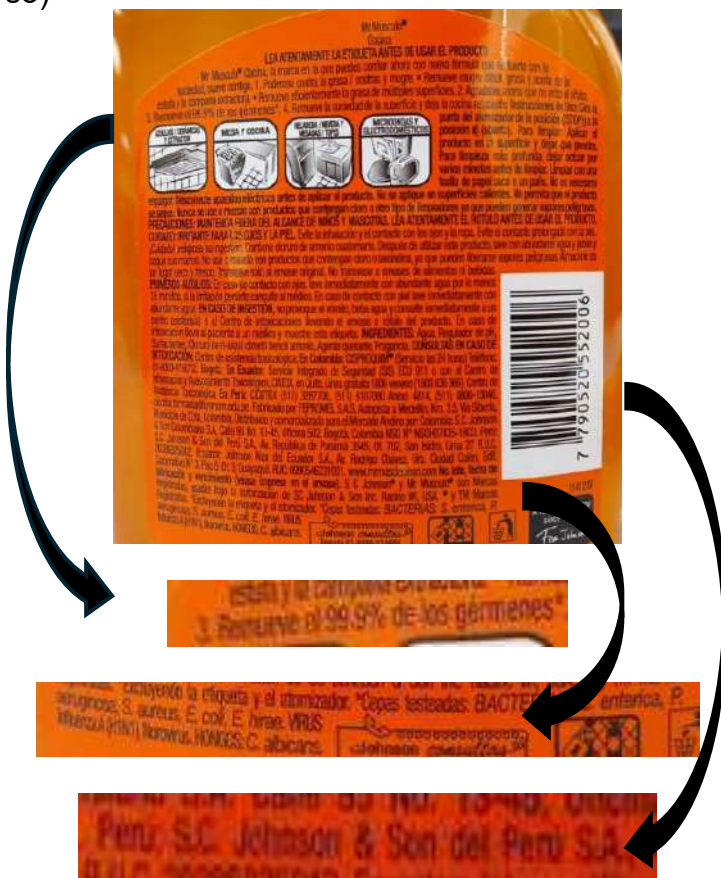
Vigencia del Modelo: 2020-03-11

18/34

- Mr. Músculo cocina variedad limón (atomizador de 500 ml)
(anverso)



(reverso)

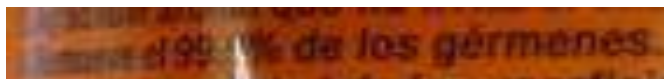


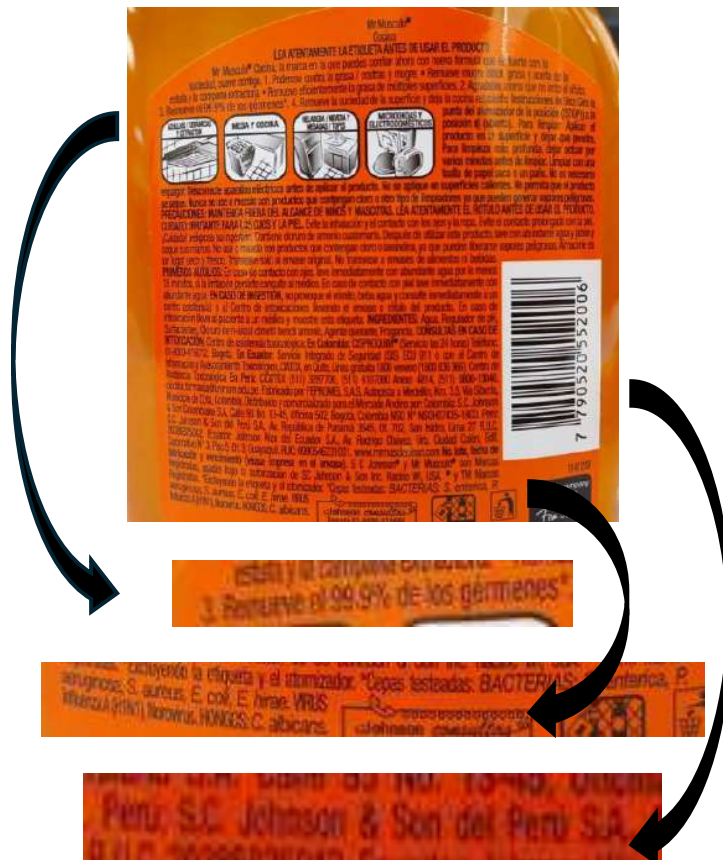
- Mr. Músculo cocina variedad limón (doypack de 500 ml, repuesto económico)

(anverso)



(reverso)





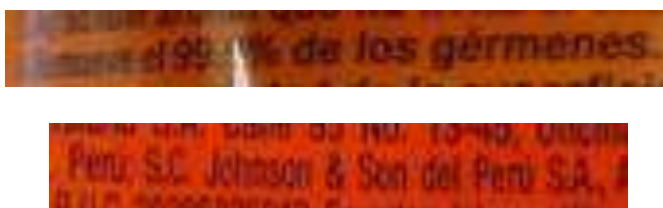
Calle De la Prosa 104, San Borja, Lima 41 - Perú / Telf: 224 7800
e-mail: consultas@indecopi.gob.pe / Web: www.indecopi.gob.pe

- Mr. Músculo cocina variedad naranja (doypack de 500 ml, repuesto económico)

(anverso)



(reverso)





PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

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



RESOLUCIÓN 0224-2025/SDC-INDECOPI

EXPEDIENTE 105-2024/CCD

30. De la información consignada en las imágenes de los 4 empaques presentados por la denunciante, se advierte que S.C. Johnson es la encargada de su comercialización en el mercado peruano; lo cual evidencia que dicha empresa es la anunciante de las piezas publicitarias cuestionadas.
31. Asimismo, se observa que en la parte captatoria³¹ de los empaques de dichos productos se ha consignado la afirmación de que “matan el 99.9% de los gérmenes”; dando a entender que tales productos tendrían la capacidad de eliminar el 99.9% de todos los gérmenes presentes en el ambiente de la cocina (mensaje cuestionado por Acurea).
32. Adicionalmente, de la revisión de la parte posterior de las presentaciones con atomizador de 500 ml, se aprecia la inclusión de una referencia que indicaría que dicho porcentaje de efectividad se limita a determinadas cepas; lo cual evidenciaría una aparente contradicción con lo indicado en la parte captatoria de la publicidad. Esta contradicción constituye un indicio razonable del presunto acto de engaño denunciado.
33. Conforme con lo anterior, la denunciante presentó indicios razonables de que S.C. Johnson habría incurrido en el presunto acto de engaño denunciado. Por lo tanto, corresponde desestimar el argumento de la denunciada.

III.3. Sobre los actos de engaño

III.3.1. Marco normativo

34. El numeral 8.1 del artículo 8 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal³² establece que los actos de engaño son aquellos a través de los cuales, de forma real o potencial, los agentes económicos inducen a error a otros participantes del mercado, sobre la naturaleza, características, calidad, cantidad y, en general, sobre los atributos o beneficios que presentan sus bienes o servicios.
35. Toda información objetiva y comprobable contenida en las piezas publicitarias debe ajustarse a la realidad, evitando que se desvíen indebidamente las preferencias de los destinatarios de los anuncios, como consecuencia de las falsas expectativas que podrían generarse respecto a las condiciones del producto o servicio ofertados.
36. Al respecto, el numeral 8.3 del artículo 8 de la ley antes mencionada dispone que la carga de acreditar la veracidad de las afirmaciones objetivas sobre los

³¹ Como ha mencionado la Sala en anteriores pronunciamientos (ver Resoluciones 0028-2025/SDC-INDECOPI y 0121-2025/SDC-INDECOPI), si bien los anuncios y las expresiones publicitarias son analizados en su conjunto, sin descomponer sus partes integrantes y atendiendo a la impresión global que generan en sus destinatarios, debe considerarse que existen ciertas partes del anuncio identificadas como “parte captatoria”, que atraen de un modo especial la atención de los destinatarios, por ser más llamativas y destacadas, de manera que cobran mayor relevancia en el contexto del anuncio.

³² Ver la nota al pie 2 de la presente resolución.

bienes o servicios anunciados corresponde a quien las haya difundido como anunciante. En este sentido, este último deberá contar con las pruebas que sustenten la veracidad de sus afirmaciones objetivas con anterioridad a la difusión del anuncio, conforme al deber de sustanciación previa, recogido en el numeral 8.4 del mismo artículo³³.

37. De otro lado, el artículo 21 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal establece las pautas de enjuiciamiento e interpretación de las manifestaciones publicitarias. Dicho artículo señala que la interpretación de un anuncio debe efectuarse de modo integral y superficial, lo que implica evaluar sus elementos de forma conjunta y no exhaustiva³⁴. En suma, la autoridad delimitará el mensaje publicitario situándose en la posición de un consumidor, quien realiza una lectura sencilla y propia del entendimiento usual.
38. Asimismo, debe recordarse que quien atribuye el significado al anuncio es el consumidor y no el anunciante, por lo que la intención de este último será irrelevante para delimitar el mensaje de la expresión publicitaria³⁵.
39. Sobre la base de las premisas expuestas y conforme ha señalado la Sala en anteriores pronunciamientos³⁶, 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) **Delimitación del mensaje:** se debe establecer, a partir de una apreciación integral y superficial del anuncio publicitario, en qué consiste el contenido del mensaje que reciben los destinatarios.

³³ **DECRETO LEGISLATIVO 1044. LEY DE REPRESIÓN DE LA COMPETENCIA DESLEAL**
Artículo 8.- Actos de engaño

(...)

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

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

³⁴ **DECRETO LEGISLATIVO 1044. LEY DE REPRESIÓN DE LA COMPETENCIA DESLEAL**
Artículo 21.- Interpretación de la publicidad

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

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

³⁵ En el trabajo de Godin – Hoth se señala sobre el particular lo siguiente: *“al interpretar el anuncio se debe asimismo dejar a un lado la significación que la expresión publicitaria tiene para el empresario anunciante (...). Por el contrario, el anuncio y demás expresiones publicitarias son imputadas al anunciante tal y como el público las interpreta, no en el sentido en que el anunciante las entiende o hubiera querido entenderlas”*. GODIN - HOTH, Wettbewerbsrecht, Berlín, 1957, párrafo 3, anotación 5, pág. 93, cita extraída de: FERNÁNDEZ - NÓVOA, Carlos. “La interpretación jurídica de las expresiones publicitarias”. En: FERNÁNDEZ - NÓVOA, Carlos. Estudios de Derecho de la Publicidad. Madrid: Universidad Santiago de Compostela, 1999, p. 74.

³⁶ Al respecto, ver las Resoluciones 0645-2015/SDC-INDECOPI del 3 de diciembre de 2015, 0065-2016/SDC-INDECOPI del 4 de febrero de 2016, 0641-2017/SDC-INDECOPI del 13 de noviembre de 2017, 0223-2018/SDC-INDECOPI del 11 de octubre de 2018 y 0112-2025/SDC-INDECOPI del 23 de mayo de 2025.

- (ii) **Verificación de las pruebas anteriores a la difusión del mensaje, y de su temporalidad:** una vez delimitado dicho mensaje, la autoridad constatará si el imputado cuenta con medios de prueba idóneos para acreditar la veracidad de dicho mensaje previamente a su difusión, en aplicación del deber de sustanciación previa recogido en el numeral 8.4 del artículo 8 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal.
- (iii) **Evaluación de la veracidad del mensaje:** en el supuesto de que las pruebas sean capaces de acreditar la veracidad del mensaje publicitario antes de su difusión, la autoridad determinará si –en efecto– tales medios probatorios demuestran la veracidad del mensaje transmitido.

III.3.2. Aplicación al presente caso

40. De la revisión de los 4 anuncios en empaque cuestionados –señalados en el numeral 29 de la presente resolución–, se observa que en la parte captatoria constan los siguientes elementos: las palabras “Mr. Músculo” y “cocina”; la representación gráfica de una cocina, de un personaje inanimado y de un limón o naranjas, según corresponda; así como la frase “mata el 99.9% de los gérmenes”³⁷. En ninguna de tales piezas se ha acompañado alguna indicación —en la parte captatoria— que precise que tal porcentaje está referido a su eficacia sobre determinados gérmenes y que -por ende- no alude a todos los gérmenes en general.
41. Conforme con lo señalado en el numeral anterior, se puede concluir que la publicidad cuestionada es susceptible de trasladar a los consumidores un mensaje general y amplio, referido a que dichos productos tienen una efectividad contra el 99.9% de todos los gérmenes que podrían encontrarse -en circunstancias normales- en las cocinas³⁸.
42. Lo anterior es consecuencia de la propia semántica del mensaje analizado, ya que la afirmación principal —“mata el 99.9 % de los gérmenes”—, que no presenta alguna acotación en la parte captatoria, se interpreta de forma natural como una referencia al universo de gérmenes. En consecuencia, el consumidor promedio entenderá que los productos son eficaces contra la totalidad de microorganismos que se hallen en las cocinas (zona de las viviendas donde dicho producto está destinado a ser aplicado), al no encontrarse en dichos anuncios distinción ni excepción alguna.
43. En este punto, cabe señalar que S.C. Johnson presentó imágenes de diferentes productos, con la finalidad de exponer la forma cómo se publicitan otros

³⁷ Cabe mencionar que, aunque también se aprecia la frase “limpieza poderosa remueve 100% de grasa”, el cuestionamiento sobre dicha frase no ha sido materia de apelación.

³⁸ Aquella conclusión no disiente del criterio desarrollado en la Resolución 076-2020/SDC-INDECOPI, aludida por S.C. Johnson, en el cual se indicó que, para determinar el contenido del mensaje de la publicidad debe tenerse —como parámetro— el comportamiento del mercado y la experiencia previa del consumidor.

desinfectantes en el mercado peruano³⁹. No obstante, sin perjuicio de las eventuales semejanzas y/o diferencias, corresponde precisar que el presente procedimiento únicamente se centra en el análisis de estos últimos anuncios de S.C. Johnson⁴⁰. Por ende, lo relevante para efectos del presente procedimiento, es determinar el mensaje que transmiten los anuncios específicamente imputados a S.C. Johnson.

44. Ahora bien, acerca del análisis de sustanciación previa del mensaje señalado en el numeral 41, de la revisión de los actuados, no se aprecia que la denunciada haya acreditado su veracidad. Lo anterior, dado que no presentó evidencia de que los productos anunciados eliminen el 99.9% de todos los gérmenes que se encuentren en cocina⁴¹; en tanto la empresa recurrente se ha limitado a señalar que había verificado su efectividad respecto de algunas cepas en específico.
45. En efecto, conforme ha reconocido la propia imputada, solo se ha verificado que los referidos productos tenían eficacia para eliminar los siguientes microorganismos: (i) bacterias: *S. entérica*, *P. aeruginosa*, *S. aerus*, *E. coli*, *E. hirae*; (ii) virus: influenza (AH1N1), Norovirus, SARS-CoV-2; y, (iii) hongos: *C. albicans*^{42 43}. La denunciada tampoco ha alegado ni presentado evidencias que sustenten que únicamente dichos microorganismos estarían presentes en las cocinas, en circunstancias normales, de modo tal que su afirmación respecto de la eficacia en la eliminación del "99.9% de los gérmenes" resulte representativa de las expectativas que se generaría naturalmente en un consumidor (considerando los argumentos señalados en párrafos precedentes).
46. S.C. Johnson alegó que en el reverso de los empaques sí se habría informado a los consumidores que los desinfectantes cuestionados solo tenían eficacia comprobada respecto de determinadas cepas de microorganismos. Sin embargo, lo cierto es que, en la parte captatoria de ninguno de los 4 empaques cuestionados se ha incluido alguna precisión que permita completar el mensaje

³⁹ En efecto, si bien la denunciada hizo referencia a la forma cómo se publicitan otros productos desinfectantes en el mercado peruano, tales como Lysol, Home Care, Sanytol y Clorox, corresponde mencionar que la identificación y análisis de veracidad del mensaje que traslada cada anuncio se evalúa caso por caso.

⁴⁰ Señalados en el numeral 29 de la presente resolución.

⁴¹ Los gérmenes son microorganismos patógenos (bacteria, virus, hongo o parásito) que pueden provocar enfermedades. Al respecto, ver: <https://medlineplus.gov/spanish/germsandhygiene.html#:~:text=Algunos%20incluso%20nos%20ayudan%20a,%2C%20virus%2C%20hongos%20y%20par%C3%A1sitos>. (Consultado el 6 de octubre de 2025).

⁴² Así pues, la imputada, en su escrito de descargos mencionó que al reverso de sus empaques precisaba cuáles serían las cepas sobre las cuales los productos tendrían el 99.9% de efectividad.

⁴³ A mayor abundamiento, cabe mencionar que esta instancia ha verificado la existencia de otros microorganismos que también estarían presentes en cocinas, tales como: *Shigella flexneri*, *Listeria monocytogenes*, *Campylobacter jejuni*, *Aspergillus brasiliensis*, Rinovirus, Influenza A, Rotavirus. Al respecto, ver: <https://sanytol.es/productos/cocinas/limpiador-desinfectante-cocinas/> y <https://www.oxiclean.com/en/stain-solutions/clean-and-disinfect-a-kitchen#> (ambos enlaces consultados el 6 de octubre de 2025).

percibido espontáneamente por los destinatarios o que conlleve a los consumidores a concluir -bajo una impresión superficial y natural- que dicho mensaje debe ser interpretado en conjunto con tal información adicional.

47. En particular, en el caso de los productos “Mr. Músculo cocina variedad limón, con atomizador de 500ml” y “Mr. Músculo cocina variedad naranja, con atomizador de 500 ml”, si bien se incluye un asterisco, ello está en un área del empaque que es eminentemente informativa, de forma ajena a la parte captatoria del anuncio en empaque y entre una ingente cantidad de información en gran parte descriptiva. En efecto, tras la frase “remueve el 99.9 % de los gérmenes” ubicada al reverso de los empaques de dichos productos, se añadió el referido asterisco, que remite –también en el reverso del producto– al detalle de las cepas específicas frente a las cuales los productos serían efectivos⁴⁴; de manera que dichas indicaciones no integraban los elementos persuasivos y atractivos dentro del empaque, ni permiten delimitar el mensaje publicitario transmitido de forma espontánea a los consumidores.
48. De otro lado, respecto de los productos “Mr. Músculo cocina variedad limón, en presentación doypack de 500 ml” y “Mr. Músculo cocina variedad naranja, en presentación doypack de 500 ml”, contrariamente a lo señalado por la denunciada, ni siquiera se ha incluido (en el reverso o en otra parte de los empaques) alguna indicación acerca de las cepas testeadas.
49. Por todo lo expuesto, S.C. Johnson infringió el principio de veracidad, pues la publicidad en empaque de los 4 productos Mr. Músculo cocina (presentaciones con atomizador de 500 ml y doypack de 500 ml, en sus variedades limón y naranja), era apta para transmitir que tales productos tenían una efectividad contra el 99.9% de todos los gérmenes que podrían encontrarse en donde se aplica (cocinas), sin que dicha empresa haya acreditado la veracidad de este mensaje. En tal sentido, los argumentos expuestos en apelación con relación a este punto han quedado desestimados.
50. Finalmente, respecto del cuestionamiento relacionado con que la Secretaría Técnica de la Comisión debió realizar una investigación para comparar los productos competidores, corresponde señalar que, al margen de que pueda o no existir otros agentes en el mercado que realicen la misma práctica, ello no convierte al comportamiento de S.C. Johnson en lícito.
51. Asimismo, de conformidad con el artículo 27 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal⁴⁵ y el literal a) del numeral 14.1 del artículo 14 del Decreto

⁴⁴ En efecto, tal información (ubicada al reverso de los empaques) no resulta complementaria, sino contradictoria con el mensaje ubicado en la parte principal de los empaques. Ello pues, mientras que en el mensaje principal se afirma una supuesta efectividad de los productos contra casi todas las cepas de gérmenes, en la información ubicada al reverso se reconoce que dicha efectividad se limita únicamente a determinadas cepas de microorganismos. Se evidencia, así, una falta de coherencia entre ambas afirmaciones.

⁴⁵ **DECRETO LEGISLATIVO 1044. LEY DE REPRESIÓN DE LA COMPETENCIA DESLEAL**
Artículo 27.- El Tribunal.-

Legislativo 1033, Ley de Organización y Funciones del Indecopi⁴⁶, el presente pronunciamiento se circunscribe a conocer y revisar los alcances de la conducta atribuida a S.C. Johnson; no siendo competencia de esta Sala pronunciarse sobre actos realizados por otras empresas que no hayan sido previamente imputados, resueltos y, en su caso, apelados.

52. En consecuencia, se debe confirmar la Resolución 063-2025/CCD-INDECOPI, en el extremo que halló responsable a S.C. Johnson por la comisión de actos de competencia desleal en la modalidad de engaño, supuesto tipificado en el artículo 8 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal.

III.4. Sobre la graduación de la sanción

53. Mediante Resolución 63-2025/CCD-INDECOPI, la Comisión estimó que correspondía imponer a J.C. Johnson una multa total de 20 UIT, es decir, 5 UIT por la difusión de publicidad en empaque de cada uno de los 4 productos cuestionados⁴⁷.
54. En el recurso de apelación presentado por S.C. Johnson, no se advierte que haya formulado argumentos dirigidos a cuestionar la sanción impuesta, ni alegaciones orientadas a rebatir los criterios utilizados por la Comisión para graduar la multa.

CONTINÚA EN LA SIGUIENTE PÁGINA

27.1 El Tribunal es el órgano encargado de revisar en segunda y última instancia los actos impugnables emitidos por la Comisión o la Secretaría Técnica.

(...)

⁴⁶ **DECRETO LEGISLATIVO 1033 - DECRETO LEGISLATIVO QUE APRUEBA LA LEY DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES DEL INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL - INDECOPI**

Artículo 14.- Funciones de las Salas del Tribunal.-

14.1 Las Salas del Tribunal tienen las siguientes funciones:

a) Conocer y resolver en segunda y última instancia administrativa las apelaciones interpuestas contra los actos que ponen fin a la instancia, causen indefensión o determinen la imposibilidad de continuar el procedimiento, emitidos por Comisiones, Secretarías Técnicas o Directores de la Propiedad Intelectual, según corresponda. En tal sentido, podrán conocer y resolver sobre la imposición de multas por la realización de infracciones administrativas o multas coercitivas por el incumplimiento de resoluciones finales, de medidas cautelares, preventivas o correctivas, de acuerdos conciliatorios y de pagos de costas y costos, salvo que las mismas no resulten apelables de acuerdo a la ley de la materia; así como sobre el dictado de mandatos o la adopción de medidas cautelares, correctivas o complementarias.

(...)

⁴⁷ Al respecto, ver el numeral 8 (del ix al xii), correspondiente a la graduación de la sanción.



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

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



RESOLUCIÓN 0224-2025/SDC-INDECOPI

EXPEDIENTE 105-2024/CCD

55. Sin perjuicio de lo anterior, este colegiado ha constatado que, a efectos de estimar la sanción a imponer, la Comisión tomó en consideración los criterios establecidos en el artículo 53 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal; toda vez que no contaba con información económica necesaria para aplicar el “Método basado en un porcentaje de las ventas del producto o servicio afectado”⁴⁸, aprobada por el Decreto Supremo 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, Decreto Supremo 032-2021-PCM).
56. En tal sentido, la primera instancia tuvo en cuenta la duración del acto de competencia desleal, la modalidad y el alcance; así como el efecto de dicho acto sobre los competidores, consumidores o usuarios. En particular, se tomó en cuenta que la información difundida a través de la publicidad en empaque generó una distorsión en el mercado en perjuicio de las expectativas de los consumidores, quienes pudieron adoptar decisiones de consumo que pudieron no haber sido adecuadas a sus intereses. Asimismo, se consideró que la difusión de mensajes como los cuestionados, en tanto no se ajusten a la realidad, son capaces de detraer ilícitamente clientes potenciales de los competidores de la imputada, toda vez que genera una falsa expectativa de una ventaja significativa.
57. Por lo expuesto, se consideró que la infracción es leve con efecto en el mercado. En tal sentido, se dispuso imponer una multa total de 20 UIT⁴⁹, monto que no supera el 10% de los ingresos brutos percibidos por la infractora relativo a todas sus actividades económicas correspondientes al año 2024.

CONTINÚA EN LA SIGUIENTE PÁGINA

⁴⁸ Sobre el particular, se debe señalar que, para determinar la multa base conforme al referido método, es necesario establecer, entre otros factores, el porcentaje de ventas del bien afectado, para lo cual se requiere conocer el monto total de tales ventas durante el período en el que se cometió la infracción, es decir el factor (V).

⁴⁹ Al respecto, ver nota al pie 17 de la presente resolución.

58. Ahora bien, esta Sala aprecia que S.C. Johnson, mediante la publicidad en empaque de los 4 productos cuestionados, ha difundido 4 anuncios infractores independientes entre sí; por lo que correspondía aplicar la regla establecida para el concurso real de infracciones⁵⁰. De tal manera, la fijación de la sanción aplicable se determinará sumando cada una de las penas impuestas hasta un máximo del doble de la multa de la infracción más grave, de manera similar a lo previsto por el artículo 50 del Código Penal⁵¹, norma aplicable al no estar regulado el mencionado supuesto en las leyes especiales⁵².
59. En ese sentido, dado que en la Comisión determinó que la sanción de multa de cada una de las 4 piezas cuestionadas ascendía a 5 UIT, a fin de cumplir con la regla establecida por el concurso real de infracciones, corresponde que se sume las sanciones impuestas por cada conducta infractora para determinar la multa final, considerando que ésta última no puede exceder el doble de la sanción más grave. Así, la multa final total no puede exceder de 10 UIT –esto es, el doble de 5 UIT–. En ese sentido, la multa queda distribuida de la siguiente manera:
- Por la difusión de publicidad en empaque del producto denominado Mr. Músculo cocina variedad limón en envase con atomizador de 500 ml: 2.5 UIT.
 - Por la difusión de publicidad en empaque del producto denominado Mr. Músculo cocina variedad limón en envase de doypack de 500ml: 2.5 UIT.
 - Por la difusión de publicidad en empaque del producto denominado Mr. Músculo cocina variedad naranja en envase con atomizador de 500 ml: 2.5 UIT.
 - Por la difusión de publicidad en empaque del producto denominado Mr.- Músculo cocina variedad naranja en envase de doypack de 500ml: 2.5 UIT.

⁵⁰ Regla aplicada cuando la difusión de cada uno de los anuncios infractores generó, por separado, la comisión de un acto de engaño. Cabe indicar que esta regla ha sido desarrollada en anteriores pronunciamientos –por ejemplo, la Resolución 0095-2022/SDC-INDECOPI del 30 de junio de 2022 y Resolución 0136-2022/SDC-INDECOPI del 22 de septiembre de 2022–.

⁵¹ **CÓDIGO PENAL**

Artículo 50.- Concurso real de delitos. -

Cuando concurren varios hechos punibles que deban considerarse como otros tantos delitos independientes, se sumarán las penas privativas de libertad que fije el juez para cada uno de ellos hasta un máximo del doble de la pena del delito más grave, no pudiendo exceder de 35 años. Si alguno de estos delitos se encuentra reprimido con cadena perpetua se aplicará únicamente ésta.

⁵² **DECRETO SUPREMO 004-2019-JUS. TEXTO ÚNICO ORDENADO DE LA LEY DEL PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO GENERAL**

Título Preliminar Artículo VIII.- Deficiencia de fuentes

Las autoridades administrativas no podrán dejar de resolver las cuestiones que se les proponga, por deficiencia de sus fuentes; en tales casos, acudirán a los principios del procedimiento administrativo previstos en esta Ley; en su defecto, a otras fuentes supletorias del derecho administrativo, y sólo subsidiariamente a éstas, a las normas de otros ordenamientos que sean compatibles con su naturaleza y finalidad. (...)



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

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



RESOLUCIÓN 0224-2025/SDC-INDECOPI

EXPEDIENTE 105-2024/CCD

60. Considerando lo anterior, corresponde modificar la Resolución 063-2025/CCD-INDECOPI, en el extremo que impuso a S.C. Johnson una multa final ascendente a 20 UIT y dejar establecida la misma en 10 UIT.

IV. RESOLUCIÓN DE LA SALA

PRIMERO: declarar la nulidad parcial de la Resolución 063-2025/CCD-INDECOPI del 15 de abril de 2025, en el extremo que denegó el pedido formulado por S.C. Johnson & Son del Perú S.A. para que se declare la inadmisibilidad de la denuncia presentada por la Asociación de Consumidores y Usuarios de la Región Ancash debido a la falta de indicios razonables del acto de engaño denunciado, respecto de la afirmación “mata el 99.9% de los gérmenes”.

SEGUNDO: en aplicación de lo establecido en el artículo 227.2 del Texto Único Ordenado de la Ley 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General, aprobado por Decreto Supremo 004-2019-JUS, denegar el pedido de la Asociación de Consumidores y Usuarios de la Región Ancash indicado en el primer punto resolutivo.

TERCERO: confirmar la Resolución 063-2025/CCD-INDECOPI del 15 de abril de 2025, en el extremo que declaró fundada la imputación en contra de S.C. Johnson & Son del Perú S.A. por la comisión de actos de competencia desleal en la modalidad de engaño, supuesto previsto en el artículo 8 del Decreto Legislativo 1044, Ley de Represión de la Competencia Desleal, respecto de la afirmación “mata el 99.9% de los gérmenes”.

CUARTO: modificar la Resolución 063-2025/CCD-INDECOPI del 15 de abril de 2025, en el extremo que sancionó a S.C. Johnson & Son del Perú S.A. con una multa total de 20 (veinte) Unidades Impositivas Tributarias; y, reformándola se sanciona a dicha empresa con una multa total de 10 (diez) Unidades Impositivas Tributarias, distribuidas de la siguiente manera:

- Por la difusión de publicidad en empaque del producto denominado Mr. Músculo cocina variedad limón en envase con atomizador de 500 ml: 2.5 UIT.
- Por la difusión de publicidad en empaque del producto denominado Mr. Músculo cocina variedad limón en envase de doypack de 500ml: 2.5 UIT.
- Por la difusión de publicidad en empaque del producto denominado Mr. Músculo cocina variedad naranja en envase con atomizador de 500 ml: 2.5 UIT.
- Por la difusión de publicidad en empaque del producto denominado Mr.- Músculo cocina variedad naranja en envase de doypack de 500ml: 2.5 UIT.

QUINTO: requerir a S.C. Johnson & Son del Perú S.A. el cumplimiento espontáneo de la multa impuesta en la presente resolución, bajo apercibimiento de iniciar el



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

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



RESOLUCIÓN 0224-2025/SDC-INDECOPI

EXPEDIENTE 105-2024/CCD

medio coercitivo específicamente aplicable, de acuerdo con lo establecido en el numeral 4 del artículo 205 del Texto Único Ordenado de la Ley 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General, aprobado por Decreto Supremo 004-2019-JUS⁵³, precisándose, además, que los actuados serán remitidos a la Unidad de Ejecución Coactiva para los fines de ley.

Con la intervención de los señores vocales Carlos Hugo Mendiburu Díaz, César Augusto Llona Silva, Ana Rosa Cristina Martinelli Montoya y Andrés Francisco Calderón López.

CARLOS HUGO MENDIBURU DÍAZ
Presidente

53

DECRETO SUPREMO 004-2019-JUS, TEXTO ÚNICO ORDENADO DE LA LEY 27444, LEY DEL PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO GENERAL

Artículo 205.- Ejecución forzosa

Para proceder a la ejecución forzosa de actos administrativos a través de sus propios órganos competentes, o de la Policía Nacional del Perú, la autoridad cumple las siguientes exigencias:

(...)

4. Que se haya requerido al administrado el cumplimiento espontáneo de la prestación, bajo apercibimiento de iniciar el medio coercitivo específicamente aplicable.

(...)

M-SDC-02/02

Vigencia del Modelo: 2020-03-11

32/34

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

Calle De la Prosa 104, San Borja, Lima 41 - Perú / Telf: 224 7800

e-mail: consultas@indecopi.gob.pe / Web: www.indecopi.gob.pe



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

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



RESOLUCIÓN 0224-2025/SDC-INDECOPI

EXPEDIENTE 105-2024/CCD

El voto en discordia del señor vocal José Abraham Tavera Colugna es el siguiente:

El vocal que suscribe el presente voto discrepa respetuosamente del voto en mayoría y considera que el recurso de apelación presentado por S.C. Johnson debe ser declarado fundado. Lo anterior, con base en las siguientes razones:

1. En primer lugar, se debe tener en cuenta que la empresa denunciada aportó evidencia tendiente a demostrar que el producto anunciado elimina el 99.9 % de determinados gérmenes. Además, en el caso de 2 de los productos anunciados, mediante una llamada –sin perjuicio de figurar en el reverso de sus respectivos empaques– se precisó el universo de dichos gérmenes a una muestra específica; lo cual es una práctica usual en la industria dedicada a la fabricación de productos con propiedades desinfectantes⁵⁴.
2. Asimismo, corresponde tener en cuenta que la frase “mata el 99.9% de los gérmenes” constituye una referencia de carácter estadístico^{55 56}. En tal sentido, a efectos de conducir una adecuada investigación, la primera instancia debió llevar a cabo actuaciones destinadas a determinar el universo de elementos (en este caso, gérmenes) sobre los cuales pretendía contrastar la veracidad del porcentaje anunciado por la empresa denunciada, o en su defecto, tales elementos podrían haber sido suministrados por la asociación accionante (Acurea).
3. Sin embargo, del análisis del expediente no se desprende alguna actuación o elemento destinado a determinar el universo microbiano al que hace referencia la publicidad cuestionada —por ejemplo, a través de un análisis estadístico básico sustentado en estudios científicos pertinentes—. Tal omisión impide establecer con certeza cuál es la base sobre la que la primera instancia pretende afirmar o desestimar la veracidad de la información presentada por la parte denunciada.

⁵⁴ Lo anterior, tal como se aprecia de la evidencia presentada por S.C. Johnson relacionada con la publicidad de otros productos desinfectantes en el mercado peruano.

⁵⁵ Véase al respecto; <https://www.latercera.com/que-pasa/noticia/por-que-los-desinfectantes-solo-matan-el-999-de-los-germenes-esta-es-la-explicacion-cientifica/D4CYFLAJIRGX7EG2CVXTIU3LX4/>, también <https://www.latercera.com/que-pasa/noticia/por-que-los-desinfectantes-solo-matan-el-999-de-los-germenes-esta-es-la-explicacion-cientifica/D4CYFLAJIRGX7EG2CVXTIU3LX4/>. Ambos enlaces visitados el 6 de octubre de 2025.

⁵⁶ Rosa, L. P., Santiago, A. C. R., Nascimento, M. E. S., et al. (2024). Prevalence of claims and antimicrobial agents in household disinfectants and sanitizers marketed in Brazil. Revista de Saúde Pública, 58(12), e55. Consultar <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC10928397> (visitado el 6 de octubre de 2025).



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

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



RESOLUCIÓN 0224-2025/SDC-INDECOPI

EXPEDIENTE 105-2024/CCD

4. A modo de referencia, existen diversos estudios microbiológicos que señalan que en superficies de cocinas comúnmente predominan aproximadamente 38 especies bacterianas⁵⁷ y 5 fúngicas⁵⁸.
5. Desde mi punto de vista, un procedimiento debe estar sustentado en un conjunto de elementos objetivos y suficientes que generen convicción indubitable en el colegiado. Sin embargo, considero que este estándar no se ha cumplido en el presente caso, debido a que se han suscitado dudas respecto de la forma en que se condujo la primera instancia para verificar la información pertinente —la cual, desde mi perspectiva, no siguió un procedimiento conforme con criterios estadísticos estándar—.
6. En consecuencia, considero que el presente caso debe ser declarado infundado en todos sus extremos debido a la falta de convicción probatoria.

JOSÉ ABRAHAM TAVERA COLUGNA
Vocal

⁵⁷ Al respecto, ver: Eun Seob Lim, Jang Eun Lee, Joo-Sung Kim, y Ok Kyung Koo. *Isolation of indigenous bacteria from a cafeteria kitchen and their biofilm formation and disinfectant susceptibility* (2017). Disponible en el siguiente enlace: <https://doi.org/10.1016/j.lwt.2016.11.060> (visitado el 6 de octubre de 2025).

⁵⁸ Al respecto, ver:

- Isichei-Ukah, J. C., Anoliefo, G. O., y Ezemonye, L. I. N. *Microbiological Analysis of Surfaces of Hospital Kitchen* (2024). Disponible en el siguiente enlace: <https://publications.africanscientistjournal.org/sites/default/files/2024-06/4-afs2024007-25104.pdf>.
- Sahar Ghazi Imran, Eman Abbas Khalaf, Jwan Sabah Bajlan, Reema Jwad Kadim, y Salman A. Hmood. *Isolation and Identification of fungi located in refrigerator and the effects on the preservation food* (2018). **Current Research in Microbiology and Biotechnology**. Disponible en el siguiente enlace: <https://www.researchgate.net/publication/389700789> (Ambos visitados el 6 de octubre de 2025).