



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 0272-2025/SDC-INDECOPI



EXPEDIENTE 0230-2022/CCD

VERSIÓN PÚBLICA

PROCEDENCIA : COMISIÓN DE FISCALIZACIÓN DE LA COMPETENCIA DESLEAL

DENUNCIANTE : DE OFICIO

DENUNCIADA : ENERVITALGREEN S.A.C.¹

MATERIAS : COMPETENCIA DESLEAL
ACTOS DE ENGAÑO
GRADUACIÓN DE LA SANCIÓN

ACTIVIDAD : FABRICACIÓN DE JABONES Y DETERGENTES,
PREPARADOS PARA LIMPIAR Y PULIR, PERFUMES
PREPARADOS DE TOCADOR; OTRAS ACTIVIDADES

SUMILLA: se CONFIRMA la Resolución 030-2025/CCD-INDECOPI del 25 de marzo de 2025, en el extremo que declaró FUNDADA la imputación contra Enervitalgreen S.A.C. 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, por la difusión del mensaje publicitado “Ayudaría a mantener una próstata saludable” consignado en el empaque del producto “TROYA PROSTA TEK DUO – SAW Palmetto”.

Esta decisión se sustenta en que la información presentada por la imputada no acredita que dicho producto tenga la característica anunciada. Asimismo, no se advierte medio probatorio adicional que acredite la veracidad del referido mensaje.

Por otro lado, se REVOCA la Resolución 030-2025/CCD-INDECOPI del 25 de marzo de 2025, en el extremo que declaró FUNDADA la imputación contra Enervitalgreen S.A.C. 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, referida al mensaje consistente en que los productos “TROYA PROSTA TEK DUO – SAW Palmetto” y “TROYA XXX – Poder masculino” son 100% naturales, consignados en sus empaques; y, en consecuencia se declara INFUNDADA dicha imputación.

Lo anterior, toda vez que, de la verificación de los ingredientes consignados en dichos empaques y declarados ante la autoridad sanitaria competente, se advierte que tales productos se encuentran compuestos por insumos que tienen un origen natural (consistentes en componentes de origen vegetal, así como un mineral –selenio– que se encuentra en uno de dichos componentes). En ese sentido, se deja sin efecto la multa impuesta respecto de dicha

¹ Con Registro Único de Contribuyentes (RUC): 20604217980.



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 0272-2025/SDC-INDECOPI



EXPEDIENTE 0230-2022/CCD

imputación.

Finalmente, se MODIFICA la Resolución 030-2025/CCD-INDECOPI del 25 de marzo de 2025, en el extremo que impuso a Enervitalgreen S.A.C. una multa de 18.54 Unidades Impositivas Tributarias por la publicidad engañosa correspondiente al producto “TROYA PROSTA TEK DUO – SAW Palmetto”; y, en consecuencia, se impone una multa de 11.33 Unidades Impositivas Tributarias.

Dicha decisión se sustente en que esta Sala ha determinado aplicar un porcentaje de ventas diferente al señalado por la Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal, dadas las características particulares de la infracción a través de la publicidad en empaque de dicho producto. Además, se ha verificado un error en la determinación de la primera instancia respecto de las ventas correspondientes a tal producto durante el período infractor; y, que correspondía aplicar un factor de disuasión distinto al considerado por el referido órgano resolutivo.

SANCIÓN: 11.33 (ONCE PUNTO TREINTA Y TRES) UNIDADES IMPOSITIVAS TRIBUTARIAS

Lima, 25 de noviembre de 2025

I. ANTECEDENTES

1. Mediante Oficio 1018-2021/DCOVI/DIGESA, la Dirección General de Salud Ambiental e Inocuidad Alimentaria del Ministerio de Salud (en adelante, la DIGESA) remitió a la Secretaría Técnica de la Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal (en adelante, la Secretaría Técnica de la Comisión) el Informe 837-2021/DCOVI/DIGESA. En dicho documento se señala que Enervitalgreen S.A.C. (en adelante, Enervital) vendría difundiendo publicidad en empaque de los productos “TROYA XXX – Poder masculino”; “TROYA PROSTA TEK DUO – SAW Palmetto”; y, “LIPOLAX Garcinia Cambogia + Espirulina”, a través de las cuales se les atribuiría propiedades terapéuticas; cuando ello no sería cierto.
2. Mediante Resolución s/n de fecha 20 de diciembre de 2022, la Secretaría Técnica de la Comisión imputó a Enervital la presunta comisión de actos de competencia desleal en la modalidad de engaño², supuesto establecido en el

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,



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 0272-2025/SDC-INDECOPI



EXPEDIENTE 0230-2022/CCD

artículo 8 del Decreto Legislativo 1044, Ley de Represión de la Competencia Desleal (en adelante, Ley de Represión de la Competencia Desleal); debido a que habría difundido publicidad en empaque de los siguientes productos, que daría a entender que tendrían propiedades terapéuticas y serían naturales en su totalidad, cuando ello no sería cierto:

- (i) “TROYA XXX – Poder masculino”, con las afirmaciones: “Ayudaría a mejorar el Desempeño Sexual”; y, “100% natural”.
 - (ii) “TROYA PROSTA TEK DUO – SAW Palmetto”, con las afirmaciones: “Ayudaría a mantener una próstata saludable”; y, “100% natural”.
 - (iii) “LIPOLAX Garcinia Cambogia + Espirulina”, con las afirmaciones: “Ayudaría a bajar de peso y controlar el apetito previniendo enfermedades relacionadas con el sobrepeso”; y, “100% natural”.
3. A través de escritos de fechas 20 de enero y 20 de junio de 2023, Enervital presentó sus descargos, manifestando lo siguiente³:
- (i) El producto denominado “LIPOLAX Garcinia Cambogia + Espirulina” no ha sido comercializado por su empresa.
 - (ii) De acuerdo con la Real Academia Española de la Lengua, el término “prevención” –incluido en la publicidad del producto “TROYA PROSTA TEK DUO – SAW Palmetto”– alude a la preparación y disposición que se hace anticipadamente para evitar un riesgo o ejecutar algo. Así, tal término no implica la resolución de un problema, sino que alude a la realización de actividades para evitar el surgimiento de contingencias.
 - (iii) Sus productos tienen ingredientes 100% naturales, ya que están compuestos por plantas medicinales usadas por diversas culturas a lo largo de muchos siglos⁴.

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 Además, en su escrito del 20 de enero de 2023, presentó el documento denominado “Estudio de instauración del producto Troya en pacientes con alteraciones prostáticas que no mejoran al tratamiento medicamentoso convencional” elaborado por la doctora Marcia Rebeca Delgado.

⁴ Asimismo, señaló que la propia Organización Mundial de la Salud (OMS) ha recomendado la incorporación de dicho tipo de componentes en programas de salud, por lo que no se puede omitir la importancia de la medicina tradicional.



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 0272-2025/SDC-INDECOPI



EXPEDIENTE 0230-2022/CCD

- (iv) En los empaques cuestionados se ha consignado de manera expresa y clara que los referidos productos son naturales de venta sin receta médica; además sus beneficios están relacionados a usos tradicionales, sin pretender reemplazar a algún medicamento.
- (v) Tiene un contrato de maquila y fabricación con la empresa Agroindustrias Anylu S.A.C., la cual es la única responsable de la elaboración de sus productos y del cumplimiento de las normas sanitarias vigentes, así como de mantener a la denunciada libre de cualquier reclamación o sanción por el incumplimiento de la normativa en la materia.
4. Por Resolución 1 del 8 de agosto de 2023, la Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal (en adelante, la Comisión) suspendió de oficio el trámite del procedimiento hasta que la Oficina de Estudios Económicos del Indecopi (en adelante, la OEE) remita un informe acerca del beneficio económico que Enervital habría obtenido por la infracción imputada⁵. El 14 de marzo de 2025, con Informe 000041-2025-OEE/INDECOPI, la OEE atendió tal solicitud⁶.
5. Mediante Resolución 030-2025/CCD-INDECOPI del 25 de marzo de 2025, la Comisión declaró fundada en parte la imputación contra Enervital por la realización de actos de engaño con relación a las afirmaciones (i) “100% natural” en los empaques de los productos “TROYA XXX – Poder masculino” y “TROYA PROSTA TEK DUO – SAW Palmetto”; y, (ii) “Ayudaría a mantener una próstata saludable” en el empaque del producto “TROYA PROSTA TEK DUO – SAW Palmetto”. En consecuencia, impuso a dicha empresa una multa de 9.26 Unidades Impositivas Tributarias (en adelante, UIT) por la publicidad contenida en el empaque de “TROYA XXX – Poder Masculino”; y, otra de 18.54 UIT por la correspondiente al producto “TROYA PROSTA TEK DUO – SAW Palmetto”. Asimismo, dispuso la ejecución de una medida correctiva⁷.
6. La primera instancia sustentó su decisión en los siguientes fundamentos:

Sobre la publicidad en el empaque del producto “LIPOLAX Garcinia Cambogia + Espirulina”

⁵ La Secretaría Técnica de la Comisión solicitó dicha información a la OEE a través de Memorandum 709-2023/CCD-INDECOPI de fecha 9 de noviembre de 2023.

⁶ En ese sentido, por Resolución 2 del 18 de marzo de 2025, la Comisión declaró el levantamiento de la suspensión de la tramitación del procedimiento.

⁷ La medida correctiva ordenada consistió en el cese definitivo e inmediato de (i) la difusión de la publicidad en empaque del producto “TROYA XXX – Poder masculino”, en tanto dé a entender a los consumidores que dicho producto es natural en su totalidad; y, ello no sea cierto; y (ii) la difusión de la publicidad en empaque del producto “TROYA PROSTA TEK DUO – SAW Palmetto”, en tanto dé a entender a los consumidores que dicho producto ayuda a mantener una próstata saludable y es natural en su totalidad; y, ello no sea cierto.



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 0272-2025/SDC-INDECOPI



EXPEDIENTE 0230-2022/CCD

- (i) En el etiquetado del producto “LIPOLAX Garcinia Cambogia + Espirulina” no se alude a la razón social o el nombre comercial de Enervital, sino a otra empresa⁸. Tampoco obra en el expediente algún medio probatorio que demuestre que la imputada haya participado en la creación, diseño, elaboración, contenido o difusión de la publicidad en empaque de tal producto. En consecuencia, no se ha acreditado que la imputada tenga la condición de anunciante de la referida publicidad; por lo que corresponde declarar infundada la imputación en este extremo.

Sobre la afirmación “Ayudaría a mejorar el Desempeño Sexual”, en la publicidad en empaque del producto “TROYA XXX – Poder masculino”

- (ii) La afirmación “Ayudaría a mejorar el Desempeño Sexual” no hace referencia a algún parámetro objetivo que se puede comprobar; ya que cada persona podrá estimar lo que, bajo su criterio, corresponde a una mejora en el desempeño sexual. En ese sentido, en tanto no nos encontramos ante un mensaje de carácter objetivo, no se encuentra sujeta al principio de veracidad. Por lo tanto, se declara infundada la imputación en este extremo.

Respecto de la afirmación “100% natural”, contenida en la publicidad en empaque de los productos “TROYA XXX – Poder masculino” y “TROYA PROSTA TEK DUO – SAW Palmetto”

- (iii) Del análisis superficial e integral de la publicidad en empaque de los productos “TROYA XXX – Poder masculino” y “TROYA PROSTA TEK DUO – SAW Palmetto”, se advierte que se ha consignado la afirmación “100% natural”, la cual trasmite un mensaje publicitario de carácter objetivo, referido a que tales productos son naturales en su totalidad.
- (iv) Si bien en una parte del documento denominado “Estudio de instauración del producto Troya en pacientes con alteraciones prostáticas que no mejoran al tratamiento medicamentoso convencional” –presentado por la imputada junto con su escrito de descargas– se hace una breve mención a los presuntos componentes de un producto identificado como “Troya”; lo cierto es que el referido documento no identifica el producto específico que habría sido objeto de investigación. Además, en tal documento solo se señalan los presuntos componentes del producto –no identificado– de forma declarativa, sin desarrollar un análisis que permita identificar la totalidad de sus insumos.

⁸ En efecto, en el empaque del producto en cuestión se hace referencia a la empresa Ecuavital E.I.R.L. Además, de la revisión de la página web Consulta de Registro Sanitario de Alimentos de la DIGESA, la Comisión verificó que dicha empresa figura como titular del Registro Sanitario E4503420N/NAARAY, correspondiente al referido producto.



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 0272-2025/SDC-INDECOPI



EXPEDIENTE 0230-2022/CCD

- (v) Considerando lo anterior, dicho estudio no es un medio probatorio idóneo para acreditar la veracidad de la afirmación cuestionada. Por lo tanto, corresponde declarar fundada la imputación en este extremo.

Respecto de la afirmación “Ayudaría a mantener una Próstata Saludable”, contenida en la publicidad en empaque del producto “TROYA PROSTA TEK DUO – SAW Palmetto”

- (vi) En primer lugar, se advierte que la afirmación “Ayudaría a mantener una Próstata Saludable” no contiene los términos “prevención” o “podría”; por lo que las alegaciones de la imputada respecto del presunto uso de tales términos no guardan relación con la afirmación materia de análisis.
- (vii) En ese sentido, la referida publicidad transmite el mensaje de que el producto “TROYA PROSTA TEK DUO – SAW Palmetto” ayudaría a mantener la próstata saludable.
- (viii) Si bien Enervital presentó como medio probatorio el documento denominado “Estudio de instauración del producto Troya en pacientes con alteraciones protáticas que no mejoran al tratamiento medicamentoso convencional”; lo cierto es que en el referido documento no se identifica el producto específico que habría sido objeto de investigación. Además, existe contradicción en el propio estudio respecto del periodo de administración del producto a los pacientes objeto de análisis^{9 10}.
- (ix) Adicionalmente, el estudio está referido a una supuesta investigación sobre los efectos de un producto identificado como “Troya” para ayudar a mejorar afecciones específicas de la próstata; lo cual es diferente a mantener una próstata saludable. En efecto, esto último implica prevenir problemas y asegurar el buen funcionamiento de la próstata a lo largo del tiempo; mientras que mejorar una afección específica se referiría a tratar o aliviar los síntomas o problemas que ya han surgido.
- (x) Por todo lo anterior, el referido estudio no es un medio probatorio idóneo para acreditar la veracidad de la afirmación analizada¹¹. En consecuencia, corresponde declarar fundada la imputación en este extremo.

⁹ En efecto, en una parte se indica que dicho tratamiento se habría realizado en el año 2018, mientras que en otra se señala que tal tratamiento se efectuó en el periodo de agosto 2019 a febrero 2020.

¹⁰ La Comisión también observó que no se indica en qué medio se habría presentado o publicado el referido estudio.

¹¹ Al respecto, la primera instancia señaló que, para acreditar la veracidad de la afirmación “Ayudaría a mantener una Próstata Saludable”, resultaba determinante que la imputada proporcione medios probatorios que acrediten que 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 0272-2025/SDC-INDECOPI



EXPEDIENTE 0230-2022/CCD

Sobre la graduación de la sanción por la publicidad en empaque del producto “TROYA XXX – Poder masculino”

- (xi) Respecto de la publicidad en el empaque del producto “TROYA XXX – Poder masculino”, se aplicó el “Método basado en un porcentaje de las ventas del producto o servicio afectado”, previsto en 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).
- (xii) En particular, la primera instancia consideró un factor (V) de **CONFIDENCIAL** y un porcentaje de ventas (α) de **CONFIDENCIAL**. Además, consideró que correspondía aplicar un factor de disuasión (g) de 3.77. En ese sentido, determinó una multa base de S/ 49 528.43, que equivale a 9.26 UIT.
- (xiii) Considerando que no se han presentado circunstancias atenuantes ni agravantes, se determinó una multa final de 9.26 UIT, que no supera el 10% de los ingresos de la imputada en el 2024.

Sanción por difusión de publicidad en empaque del producto “TROYA PROSTA TEK DUO – SAW Palmetto”

- (xiv) Respecto de la publicidad en el empaque del producto “TROYA PROSTA TEK DUO – SAW Palmetto”, también se aplicó el “Método basado en un porcentaje de las ventas del producto o servicio afectado”, previsto en el Decreto Supremo 032-2021-PCM.
- (xv) En particular, la primera instancia consideró un favor (V) de **CONFIDENCIAL** y un porcentaje de ventas (α) de **CONFIDENCIAL**. Además, consideró que correspondía aplicar un factor de disuasión (g) de 3.77. En ese sentido, determinó una multa base de S/ 99 205.02, que equivale a 18.54 UIT.
- (xvi) Considerando que no se han presentado circunstancias atenuantes ni agravante, se determinó una multa final de 9.26 UIT, que no supera el 10% de los ingresos de la imputada.

producto “TROYA PROSTA TEK DUO – SAW Palmetto” tendría las propiedades terapéuticas aludidas, como un estudio científico que demuestre que la ingesta de tal producto efectivamente ayudaría a que la próstata se mantenga saludable.



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 0272-2025/SDC-INDECOPI



EXPEDIENTE 0230-2022/CCD

7. El 22 de abril de 2025, Enervital apeló la Resolución 030-2025/CCD-INDECOPI, reiterando algunos argumentos señalados en sus descargos¹² y agregando los siguientes:

- (i) La resolución de primera instancia cae en contradicción; ya que señala que no se ha probado que los productos sancionados son naturales, pero reconoce que la imputada ha presentado un estudio destinado a acreditar dicha característica.
- (ii) Además, la Comisión señaló que Enervital debió presentar un estudio científico; pero ello solo sería posible respecto de productos químicos con ingredientes de naturaleza farmacéutica (no respecto de productos naturales, como los sancionados).
- (iii) Los productos “TROYA XXX – Poder masculino” y “TROYA PROSTA TEK DUO – SAW Palmetto” son naturales y su uso es para prevenir y no curar enfermedades. Por lo tanto, no hay espacio para transmitir un mensaje engañoso.
- (iv) Los referidos productos cuentan con sus respectivos registros sanitarios, lo cual demuestra el respeto y cumplimiento de la ley y, en ese sentido, también al principio de veracidad.
- (v) Las multas impuestas no solo le causan un grave perjuicio económico, sino también le genera una mala imagen comercial, ya que debe retirar los empaques cuestionados de sus canales de comercialización.

II. CUESTIONES EN DISCUSIÓN

8. De acuerdo con lo expuesto, corresponde a la Sala Especializada en Defensa de la Competencia (en adelante, la Sala) determinar:

- (i) Si Enervital incurrió en los actos de engaño imputados¹³, respecto de los productos “TROYA XXX – Poder masculino” y “TROYA PROSTA TEK DUO – SAW Palmetto”, relacionado con las afirmaciones “Ayudaría a mantener una Próstata Saludable” y “100% natural; y,

¹² En particular, reitero el argumento señalado en el punto (iv) del numeral 3 de la presente resolución.

¹³ Cabe recordar que, a través de la Resolución 030-2025/CCD-INDECOPI se declaró infundada la imputación respecto del producto “LIPOLAX Garcinia Cambogia + Espirulina”, así como respecto de la afirmación “Ayudaría a mejorar el Desempeño Sexual”, en la publicidad en el empaque del producto “TROYA XXX – Poder masculino”. Dado que tales extremos no fueron objeto de impugnación, no corresponde analizar dichas imputaciones.



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 0272-2025/SDC-INDECOPI



EXPEDIENTE 0230-2022/CCD

- (ii) de ser el caso, si corresponde confirmar la sanción de multa impuesta y la medida correctiva dictada.

III. ANÁLISIS DE LAS CUESTIONES EN DISCUSIÓN

III.1. Sobre los actos de engaño imputados

III.1.1. Marco normativo

9. El numeral 8.1 del artículo 8 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal¹⁴ 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.
10. En tal sentido, 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.
11. 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 bienes o servicios anunciados corresponde a quien las haya difundido como anunciante. En este sentido, este último deberá contar con las pruebas que acrediten 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 de la misma norma¹⁵.
12. De otro lado, el artículo 21 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal¹⁶ establece las pautas de enjuiciamiento e interpretación de las manifestaciones

¹⁴ Ver nota al pie 2 de la presente resolución.

¹⁵ 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.

¹⁶ 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



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 0272-2025/SDC-INDECOPI



EXPEDIENTE 0230-2022/CCD

publicitarias, precisando que su análisis se debe efectuar de manera integral y teniendo en cuenta el hecho de que las personas que perciben el anuncio difundido quedan influenciadas mediante un examen superficial del mensaje publicitario. Esto último implica que los destinatarios interpretan el referido mensaje en su conjunto y sin efectuar una evaluación detenida de la publicidad, sino bajo una lectura sencilla y propia de un entendimiento usual.

13. Sobre la base de estas premisas y conforme lo señalado por la Sala en anteriores pronunciamientos¹⁷, la metodología para evaluar si determinada información contenida en un anuncio 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.
 - (ii) **Verificación de la temporalidad de las pruebas anteriores a la difusión del mensaje:** una vez delimitado dicho mensaje, la autoridad constatará si el imputado cuenta con pruebas capaces de acreditar la veracidad del anuncio bajo examen antes del inicio de 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 efectivamente preexistan a la difusión de la publicidad respectiva, la autoridad determinará si –en efecto– tales medios probatorios demuestran la veracidad del mensaje transmitido.

III.1.2. Aplicación al presente caso

- A) Sobre la afirmación “Ayudaría a mantener una próstata saludable”, en el empaque del producto “TROYA PROSTA TEK DUO – SAW Palmetto”
14. La publicidad consignada en el empaque del producto “TROYA PROSTA TEK DUO – SAW Palmetto” se reproduce a continuación:

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.

¹⁷ 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, 0146-2024/SDC-INDECOPI del 17 de setiembre de 2024 y 0161-2024/SDC-INDECOPI del 21 de octubre de 2024.



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 0272-2025/SDC-INDECOPI

EXPEDIENTE 0230-2022/CCD

IMAGEN 1"TROYA PROSTA TEK DUO – SAW Palmetto" (Anverso)IMAGEN 2"TROYA PROSTA TEK DUO – SAW Palmetto" (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 0272-2025/SDC-INDECOPI



EXPEDIENTE 0230-2022/CCD

15. De una apreciación integral y superficial de la publicidad imputada, se observa que se transmite el mensaje de que el consumo del producto “TROYA PROSTA TEK DUO – SAW Palmetto” ayudaría a mantener una próstata saludable.
16. La imputada alegó que en el empaque cuestionado se consignó de manera expresa que dicho producto no pretende reemplazar a ningún medicamento y que sus beneficios están relacionados a usos tradicionales. Además, se indica que se trata de un producto natural, de venta sin receta médica.
17. Sin perjuicio de que tales expresiones no enervan el mensaje engañoso imputado, aquellas no se encuentran en la parte frontal y captatoria del empaque¹⁸; sino que están ubicadas al reverso con un tamaño de letra menor. En tal sentido, ni siquiera serían susceptibles de modificar o complementar el mensaje señalado en el numeral 15 de la presente resolución.
18. La referencia a que se trataría de un producto natural, que no requiere receta médica, que no reemplaza a ningún medicamento y que sus beneficios están relacionados a usos tradicionales, no cuestionan ni afectan la afirmación publicitaria imputada de que el producto “TROYA PROSTA TEK DUO – SAW Palmetto” ayudaría a mantener una próstata saludable¹⁹. Por lo tanto, corresponde desestimar lo alegado por la imputada.
19. Respecto del análisis de veracidad del mensaje imputado, cabe señalar que Enervital presentó un trabajo de investigación denominado “Estudio de Instauración del producto Troya en pacientes con alteraciones prostáticas que no mejoran al tratamiento medicamentoso convencional” (en adelante, Estudio de Instauración del producto “Troya”), firmado por la médica Marcia Rebeca Delgado Sambrano²⁰.
20. Si bien en el referido estudio se señala que corresponde a análisis realizados en pacientes tratados con productos “Troya”; lo cierto es que no precisa qué productos específicos de la referida marca se aplicaron a dichos pacientes. En ese sentido, no se puede determinar si las conclusiones señaladas en el

¹⁸ 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 generen 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.

¹⁹ Por el contrario, la referencia a que sus beneficios están relacionados a usos tradicionales más bien reforzaría la idea de que tal producto genera los beneficios anunciados.

²⁰ Sobre el particular, la referida empresa presentó dos documentos notariales provenientes de Ecuador con fecha 23 de setiembre de 2020, en los cuales se deja constancia de que el referido trabajo de investigación fue firmado por la médica Marcia Rebeca Delgado Sambrano.



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 0272-2025/SDC-INDECOPI



EXPEDIENTE 0230-2022/CCD

mencionado documento responden al consumo del producto “TROYA PROSTA TEK DUO – SAW Palmetto”.

21. Adicionalmente, de la revisión del referido trabajo de investigación, se verifica lo siguiente:
 - (i) Examina los beneficios que obtuvieron ochenta y siete (87) pacientes que contaban con alteraciones prostáticas previas^{21 22}, luego del tratamiento de un producto denominado “Troya” (recibido entre agosto 2019 y febrero de 2020); concluyendo que dichos pacientes habrían presentado una mejoría clínica en las patologías previamente diagnosticadas.
 - (ii) De esta manera, el referido estudio está dirigido a sustentar que la ingesta de un producto denominado “Troya” resultaría eficaz para reducir afecciones prostáticas preexistentes en pacientes. Sin embargo, no demuestra que el referido producto tiene la función de prevenir enfermedades y/o males (tal como se informó en la publicidad).
22. Finalmente, acerca de la alegación señalada en el punto (iv) del numeral 7, se debe indicar que el registro sanitario únicamente constituye una autorización para la comercialización del producto²³ y no tiene por objeto verificar ni garantizar la veracidad de los mensajes publicitarios que el proveedor decide difundir en el empaque. En consecuencia, contar con dicho registro no exime a la imputada de acreditar la veracidad de las propiedades atribuidas a su producto; por lo que corresponde desvirtuar tal argumento.
23. En consecuencia, dado que la apelante no ha podido acreditar que cuenta con el sustento de veracidad de lo anunciado respecto al producto “TROYA PROSTA TEK DUO – SAW Palmetto” –es decir, que ayudaría a mantener una próstata saludable–, corresponde confirmar la Resolución 030-2025/CCD-INDECOPI, en el extremo que la halló responsable por la comisión de actos de

²¹ Entre las alteraciones prostáticas previas que presentaban los pacientes están: infecciones urinarias recurrentes, dolor perineal, nicturia, disuria, dolor con la eyaculación, dolor con la defecación, fiebre baja recurrente, disminución del chorro urinario, chorro bifido, dificultad para orinar, oliguria, sangre en la orina, sangre en la eyaculación e incontinencia (ver fojas 44 y 45 del expediente).

²² Se precisó que la población objetiva estaba constituida por todos los pacientes que presentaban alteraciones prostáticas como motivo de consulta médica externa en la Clínica UNIMEDIC (ver folio 44 del expediente).

²³ DECRETO SUPREMO 007-98-SA. REGLAMENTO SOBRE VIGILANCIA Y CONTROL SANITARIO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

Artículo 104.- Facultades y obligaciones derivadas del Registro Sanitario

La obtención del Registro Sanitario de un producto faculta su fabricación o importación y comercialización por el titular del Registro, en las condiciones que establece el presente reglamento. El titular del Registro Sanitario es responsable por la calidad sanitaria e inocuidad del alimento o bebida que libera para su comercialización.

El Registro Sanitario se otorga por producto o grupo de productos y fabricante. Se considera grupo de productos aquellos elaborados por un mismo fabricante, que tienen la misma composición cualitativa de ingredientes básicos que identifica al grupo y que comparten los mismos aditivos alimentarios.



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 0272-2025/SDC-INDECOPI

EXPEDIENTE 0230-2022/CCD

engaño, supuesto contemplado en el artículo 8 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal.

- B) Sobre la afirmación “100% natural” en la publicidad en empaque de los productos “TROYA PROSTA TEK DUO – SAW Palmetto” y “TROYA XXX – Poder masculino”

24. La publicidad en empaque de los productos “TROYA PROSTA TEK DUO – SAW Palmetto” y “TROYA XXX – Poder masculino”, que contiene la afirmación “100% natural”, se aprecia a continuación:

IMAGEN 3

“TROYA PROSTA TEK DUO – SAW Palmetto”



IMAGEN 4

“TROYA XXX – Poder masculino”





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 0272-2025/SDC-INDECOPI



EXPEDIENTE 0230-2022/CCD

37. De una interpretación integral y superficial de la publicidad en empaque de ambos productos, se aprecia que, a través de la frase "*100% natural*", se transmite el mensaje de que los referidos productos estarían elaborados con insumos que tienen origen natural.
25. En efecto, siguiendo lo indicado por esta Sala en anteriores pronunciamientos²⁴, la alusión a lo "natural"²⁵ implica que los productos se encuentran hechos por insumos naturales tal y como se encuentran en la naturaleza o que sus componentes han pasado por una nula o mínima intervención y/o transformación durante el proceso de elaboración del producto sin alterar su origen natural.
26. Ahora bien, acerca del análisis de veracidad de dicho mensaje, se observa que en el reverso de los mencionados empaques se ha consignado la siguiente composición de tales productos:
 - El producto "TROYA PROSTA TEK DUO – SAW Palmetto" está compuesto por: (i) maca negra; (ii) huanarpo macho; (iii) chuchuhuasi, (iv) cascarilla, (v) icoja, (vi) uña de gato, (vii) clavo huasca, (viii) zanango, (ix) tahuari y (x) polen.
 - El producto "TROYA XXX – Poder masculino" está compuesto por: (i) achiote, (ii) calabaza, (iii) zarzaparilla, (iii) saw palmeto, (iv) graviola, (v) selenio y (vi) noni.
27. Asimismo, en respuesta a un requerimiento de información de la Secretaría Técnica de la Sala²⁶, DIGESA remitió el Oficio D003304-2025-DIGESA-DCEA-MINSA del 10 de noviembre de 2025, mediante el cual señaló que, para el registro sanitario de los productos analizados²⁷, Enervital declaró los mismos componentes señalados en el párrafo anterior. Dicha autoridad sectorial también precisó que los ingredientes declarados para ambos productos no han sido modificados, siendo reinscritos en el año 2024.

²⁴ Al respecto, ver la Resolución 130-2021/SDC-INDECOPI del 16 de setiembre de 2021, correspondiente al procedimiento iniciado por la denuncia de la Asociación de Consumidores Indignados Perú contra Ajeper S.A.

²⁵ Natural: Dicho de una cosa: Que está tal como se halla en la naturaleza, o que no tiene mezcla o elaboración. Ver: <https://dle.rae.es/natural>, visitada el 25 de noviembre de 2025.

²⁶ Dicha información fue requerida por la Secretaría Técnica de la Sala, mediante Oficio 0009-2025/SDC-INDECOPI del 31 de octubre de 2025.

²⁷ Cabe mencionar que el producto "TROYA PROSTA TEK DUO – SAW Palmetto" tiene registro sanitario E4503519N / NAARAY inscrito el 20 de julio de 2019; mientras que el producto "TROYA XXX – Poder masculino" tiene registro sanitario N8321119N / NAARAY inscrito el 15 de agosto de 2019.



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 0272-2025/SDC-INDECOPI



EXPEDIENTE 0230-2022/CCD

28. En ese sentido, de acuerdo con la información que obra en el expediente, los productos “TROYA PROSTA TEK DUO – SAW Palmetto” y “TROYA XXX – Poder masculino” están compuestos de ingredientes naturales de origen vegetal (en particular, maca negra, huanarpo macho, chuchuhuasi, cascarilla, icoja, uña de gato, clavo huasca, zanango, tahuari y polen, en el primer caso; y, achiote, calabaza, zarzaparilla, saw palmeto, graviola, y noni, en el segundo).
29. Además, acerca de la presencia de selenio en el producto “TROYA XXX – Poder masculino”, cabe mencionar que es un oligoelemento²⁸, que se encuentra presente en diversos alimentos, como en la calabaza y sus semillas²⁹. Así pues, dado que el selenio se encuentra incluido en la calabaza –que es un ingrediente presente en el referido producto–, se puede concluir que también tiene un origen natural.
30. En atención a lo expuesto, este colegiado considera que se ha acreditado la veracidad del mensaje analizado, consistente en que los productos “TROYA PROSTA TEK DUO – SAW Palmetto” y “TROYA XXX – Poder masculino” estarían elaborados con insumos que tienen origen natural.
31. Por lo tanto, corresponde revocar la Resolución 030-2025/CCD-INDECOPI, en el extremo que declaró fundada la imputación contra Enervital por la comisión de actos de engaño, por el mensaje “100% natural”, consignado en la publicidad en empaque de dichos productos. En consecuencia, corresponde dejar sin efecto la multa y la medida correctiva impuestas a dicha empresa, respecto de la referida imputación.

III.2. Graduación de la sanción

32. Considerando que se ha determinado que Enervital únicamente cometió actos de engaño por dar a entender –a través de la publicidad en empaque del

²⁸ De acuerdo con lo indicado en la página Medline Plus, el selenio es un oligoelemento, que ayuda a producir proteínas especiales, llamadas enzimas antioxidantes que, a su vez, participan en la prevención del daño celular. Ver: <https://medlineplus.gov/spanish/ency/article/002414.htm>, visitada el 25 de noviembre de 2025.

²⁹ En efecto, algunos estudios determinaron contenidos de selenio en torno a 0,19 µg/g de peso seco en calabazas, lo que demuestra la capacidad de la calabaza para absorber y acumular este mineral en sus tejidos comestibles. Asimismo, al nivel de la parte carnosa, algunos estudios advierten que la calabaza cruda contiene pequeñas pero detectables cantidades de selenio (aprox. 0,3–0,35 µg/100 g), confirmando que no solo las semillas sino también la pulpa aporta este micronutriente.

Lo anterior fue revisado del artículo denominado “Una revisión exhaustiva de los ingredientes funcionales, especialmente los compuestos bioactivos presentes en la cáscara, la pulpa y las semillas de la calabaza, y sus beneficios para la salud”, de autoría de Ashiq Hussain ,Tusneem Kausar ,Sawera Sehar, Ayesha Sarwar,Abdul Haseeb Ashraf,Muhammad Abdullah Jamil,Saima Noreen ,Ayesha Rafique,Khansa Iftikhar,Muhammad Yousaf Quddoos,Jawaid Aslam, Muhammad Abid Majeed. Ver: <https://doi.org/10.1016/j.focha.2022.100067>, visitada el 25 de noviembre 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 0272-2025/SDC-INDECOPI



EXPEDIENTE 0230-2022/CCD

producto “TROYA PROSTA TEK DUO – SAW Palmetto”– que tal producto ayudaría a mantener una próstata saludable; solo corresponde analizar la multa impuesta por la referida infracción.

33. De la revisión de la resolución apelada, se aprecia que, para determinar la multa de 18.54 UIT acerca de la mencionada infracción, la Comisión aplicó el “Método basado en un porcentaje de las ventas del producto o servicio afectado” previsto en el Decreto Supremo 032-2021-PCM. Según dicha metodología, la Multa Base (m) se determina multiplicando un porcentaje de ventas (α), por el nivel de ventas del producto o servicio específico durante el periodo de la infracción (V), y por el factor de disuasión (g). De esta manera, los tres factores de dicho método se aprecian en la siguiente expresión: $m = \alpha \times V \times g$.
34. Para graduar la multa base (m) imponible a Enervital, la Comisión consideró las estimaciones realizadas por la OEE mediante el Informe 000041-2025-OEE/INDECOPI. En atención a ello, a continuación, se evaluarán los criterios empleados por la primera instancia para realizar la referida graduación, así como los argumentos presentados por la apelante vinculados con este punto.

III.2.1. Sobre la estimación de la multa base

A) Sobre la estimación del factor del porcentaje de ventas (α)

35. La primera instancia estimó que, a fin de determinar el valor (α), debía tenerse en cuenta el efecto de la infracción sobre la cantidad vendida de productos o servicios (subfactor z) y el margen de utilidad operativa (subfactor h). De esta manera, el valor α resulta de multiplicar el factor z por el factor h , lo que se representa en la siguiente formula: $\alpha = z \times h$.
36. En cuanto al subfactor z , se determinó que existe evidencia empírica sobre los efectos de la publicidad indebida en las ventas, que brinda referencias importantes para su aproximación. En particular, se consideró la investigación de Lammers (2000)³⁰.
37. Sin embargo, la Sala advierte que dicho estudio se basó en una muestra poco representativa, en tanto fue realizada a un grupo reducido de personas pertenecientes a un mismo segmento (estudiantes de una carrera universitaria

³⁰ Dicho estudio fue realizado a cuarenta (40) estudiantes de la carrera de negocios, con el objeto de determinar el efecto del empaquetamiento de los chocolates de la marca “M&M” en la intención de compra de los consumidores.

Lammers, H. (2000). *Effects of Deceptive Packaging and Product Involvement on Purchase Intention: An Elaboration Likelihood Model Perspective*. Psychological Reports, páginas 546-550. Disponible en: http://www.csun.edu/~vcmkt003/ResearchPapers/Lammers2000_PsychologicalReports.pdf. Visitado el 25 de noviembre 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 0272-2025/SDC-INDECOPI



EXPEDIENTE 0230-2022/CCD

específica); y, respecto a una marca de golosinas en concreto. En ese sentido, este colegiado considera que debe emplearse otras fuentes, a fin de determinar el impacto que pudo tener la difusión de la afirmación engañosa respecto de las ventas del producto “TROYA PROSTA TEK DUO – SAW Palmetto”.

38. Al respecto, esta Sala ha tomado en cuenta, de manera referencial, la siguiente investigación, relacionada con la influencia que afirmaciones positivas acerca de beneficios en la salud tiene en los consumidores:
 - “*Demand for “Healthy” Products: False Claims and FTC Regulation*”, elaborado por Anita Rao y Emily Wang (2017). Este estudio, desarrollado por investigadoras del Departamento de Economía de los Recursos de la Universidad de Massachusetts y de la Escuela de Negocios Booth de la Universidad de Chicago, concluye que, tras el cese de las afirmaciones engañosas, la demanda de los productos analizados³¹ registró una disminución significativa. Ello se tradujo en una reducción de ventas mensuales de entre 12% y 67%³².
39. En base a los porcentajes identificados en la investigación mencionada, se estima que en este caso el mensaje engañoso transmitido por el producto “TROYA PROSTA TEK DUO – SAW Palmetto” podría haber tenido un impacto de hasta 39.50%³³; lo cual luego de aplicar un factor de conversión para su aplicación al presente caso resulta en 28.32%³⁴ (subfactor z).

³¹ Los productos analizados en tal estudio fueron Kellogg's Frosted Mini-Wheats (cereal RTE), Dannon Activia (yogurt), Dannon DanActive (bebida de yogurt) y Airborne (suplemento nutricional).

³² Ver el siguiente enlace: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2559980. Visitado el 25 de noviembre de 2025.

³³ Sin perjuicio de que las variaciones en las ventas puedan estar influenciadas por otros factores demográficos (edad, sexo u otras características poblacionales), se considera que este valor constituye la mejor aproximación disponible, en tanto captura específicamente el cambio entre dos estados relevantes:

- (i) un escenario en el que la empresa continuaba comercializando sus productos empleando afirmaciones engañosas.
- (ii) el escenario posterior, en el que, tras ser descubierta y obligada a retirar dichas afirmaciones, experimentó una disminución significativa en sus ventas.

Por ello, el valor seleccionado refleja el efecto propio del retiro del mensaje engañoso. La caída observada en ventas tras su eliminación se usa como referencia para estimar el incremento que la empresa obtuvo previamente por emplearlo.

³⁴ En principio, el porcentaje de 39.5% se obtiene del promedio simple de los resultados obtenidos en los estudios realizados (12% y 67%).

De esta manera, a fin de calcular con mayor certeza el impacto efectivo que tuvo la conducta infractora sobre las ventas finales, se ha aplicado un factor de conversión a través de la siguiente ecuación, en el que se obtuvo 28.32%:

$$z = k / (1 + k) \Rightarrow 39.5\% / (1+39.5\%) = 28.32\%.$$

El valor de 39.5 % proviene de un estudio que mide, en condiciones experimentales hipotéticas, el cambio en las ventas



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 0272-2025/SDC-INDECOPI



EXPEDIENTE 0230-2022/CCD

40. Por otro lado, para calcular el subfactor *h*, la OEE utilizó el margen de utilidad operativa³⁵ de Enervital. Al respecto, este colegiado advierte que considerar el margen de utilidad operativa puede alterar inadecuadamente (en función de la rentabilidad del propio infractor) la estimación del beneficio ilícito efectivamente percibido por el agente infractor al realizar el acto sancionado, generando un efecto adverso en la disuasión de tales conductas³⁶.
41. En ese sentido, en lugar de emplear dicho margen, la Sala estima que se deben tener en cuenta las características particulares de la infracción. Así, si bien la sustancialidad del mensaje publicitario detectado es alta, al estar referido a beneficios en la salud, se debe considerar lo siguiente:
 - (i) En este caso (a diferencia del objeto de análisis en el referido estudio de Anita Rao y Emily Wang), el mensaje engañoso solo se difundió a través del empaque del producto cuestionado –y no mediante otros canales³⁷ que sí estuvieron presentes en los productos evaluados en dicho estudio–. Por lo tanto, corresponde aplicar un ajuste al porcentaje, con el fin de realizar una medición más precisa, evitando atribuirle características de exposición que no corresponden al caso bajo análisis.
 - (ii) El empaque cuestionado traslada otros mensajes adicionales cuya naturaleza engañosa no ha sido acreditada; por lo que no es posible atribuir exclusivamente el incremento del porcentaje de ventas a la afirmación según la cual el producto “TROYA PROSTA TEK DUO – SAW Palmetto” ayudaría a mantener una próstata saludable. En consecuencia,

por manifestaciones engañosas. Sin embargo, en el presente caso, dado que la conducta infractora efectivamente se produjo y generó un efecto real en el mercado, se aplica un ajuste matemático a dicho valor con el fin de adaptarlo a un contexto no hipotético (el mismo que incluye las ventas en un escenario normal y las que provienen de la conducta infractora), obteniendo así un porcentaje que refleja de manera más precisa el impacto real de la infracción sobre las ventas del producto afectado.

³⁵ El margen operativo (en porcentaje) puede ser definido como la utilidad operativa entre los ingresos obtenidos por la empresa. La utilidad operativa es el monto que se obtiene de restar los ingresos menos los costos de los bienes o servicios vendidos y los gastos de operación (Margen operativo (%)) = utilidad operativa/ingresos*100). Al respecto, ver Resolución 0104-2022/SDC-INDECOPI del 14 de julio de 2022.

³⁶ Al respecto, el beneficio ilícito está comprendido por la totalidad de ingresos obtenidos producto de la conducta infractora, por lo que debe incluir todos los conceptos que puedan representar un beneficio o ventaja para el infractor al incumplir la norma (lo que incluye conceptos contables o económicos de las actividades comerciales, como costos de operación, impuestos, entre otros). En caso contrario, si la multa se calculara con base en el margen de utilidad operativa de los ingresos obtenidos durante el periodo infractor, el monto de la multa a imponer podría ser menor a lo recaudado indebidamente en el mercado por el administrado, lo cual generaría un efecto adverso en la disuasión de las conductas infractoras por actos de competencia desleal; puesto que, bajo dicho escenario, el administrado podría considerar favorable la comisión de un acto ilícito. Al respecto, ver las Resoluciones 0104-2022/SDC-INDECOPI del 14 de julio de 2022 y 146-2023/SDC-INDECOPI del 19 de octubre de 2023.

³⁷ Tales como publicidad televisiva, anuncios nacionales o locales, campañas digitales o piezas audiovisuales.



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 0272-2025/SDC-INDECOPI



EXPEDIENTE 0230-2022/CCD

este elemento constituye otro factor que justifica ajustar el valor de afectación.

42. En vista de las características que presenta la conducta infractora en el caso concreto, este colegiado considera que el subfactor *h* ascendería a **CONFIDENCIAL**.

43. Por todo lo dicho, el valor α se obtiene mediante la multiplicación del efecto de la infracción subfactor *z* y las características del caso contenidas en el subfactor *h*. Entonces, el valor del porcentaje de las ventas del producto α equivale a **CONFIDENCIAL**³⁸.

B) Sobre el análisis del factor ventas del producto o servicio durante el periodo el periodo infractor V

44. Para determinar el valor de dicho factor, la Comisión consideró los ingresos que Enervital obtuvo por la venta del producto imputado (del 1 de enero de 2021 al 3 de enero de 2023). En ese contexto, calculó que los ingresos anteriormente mencionados, durante el periodo de la infracción, ascendieron a **CONFIDENCIAL**.

45. Sin embargo, este colegiado considera que el monto calculado por la primera instancia no coincide con la multiplicación del precio por las unidades vendidas. En efecto, se aprecia que el precio del producto era **CONFIDENCIAL** y las unidades vendidas en tal período fue de **CONFIDENCIAL**. En tal sentido, los ingresos de Enervital por las ventas del producto imputado en el periodo infractor ascienden a **CONFIDENCIAL**.

C) Sobre la estimación del factor de disuasión y la multa base (*m*)

46. En relación con el factor de disuasión (*g*), la Comisión consideró que el nivel de disuasión aplicable al presente caso equivalía a 3.77 (referido a un nivel alto). No obstante, este colegiado considera que el factor de disuasión (*g*) es medio, dado que la investigación se inició por un reporte de terceros (DIGESA, a través del Oficio 1018-2021/DCOVI/DIGESA). En ese sentido, factor de disuasión asciende a 2.42, conforme al Cuadro 26 del Decreto Supremo 032-2021-PCM.

³⁸ Producto de la multiplicación del subfactor *z* (28.32%) y el subfactor *h* **CONFIDENCIAL**.



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 0272-2025/SDC-INDECOPI



EXPEDIENTE 0230-2022/CCD

47. Sobre la base de lo determinado en esta instancia con relación a los valores (α), (V) y (g), la multa base (m) asciende a S/ 60 598.92³⁹; lo que equivale a 11.33 UIT⁴⁰, a diferencia de lo estimado por la primera instancia.

III.2.2. Sobre la estimación de la multa final (M*)

48. De la revisión de los actuados del presente expediente, no se aprecia la existencia de atenuantes o agravantes. Además, no se aprecia que exceda el límite de 10% de los ingresos percibidos por la infractora en el 2024, conforme con lo dispuesto en el artículo 52 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal⁴¹. En ese sentido, la multa final se fija en once punto treinta y tres (11.33) UIT.
49. De acuerdo con lo anterior, corresponde modificar la Resolución 0240-2025/CCD-INDECOPI, en el extremo que impuso a Enervital una sanción ascendente a dieciocho punto cincuenta y cuatro (18.54) UIT; y, en consecuencia, se le impone una multa ascendente a once punto treinta y tres (11.33) UIT.

III.3. Sobre los demás extremos de la resolución impugnada

50. A través de la Resolución 030-2025/CCD-INDECOPI, la Comisión dispuso lo siguiente:
- (i) Ordenar a Enervital, en calidad de medidas correctivas, el cese definitivo e inmediato de:
- la difusión de la publicidad en el empaque “Troya XXX – Poder masculino” en tanto dé a entender a los consumidores que es un producto natural en su totalidad; y, ello no sería cierto.
 - la difusión de la publicidad en el empaque “TROYA PROSTA TEK DUO – SAW Palmetto” en tanto dé a entender a los consumidores que dicho producto ayuda a mantener una próstata saludable y es natural en su totalidad; y, ello no sería cierto.

³⁹ Como se expuso, la fórmula para determinar la multa base aplicada fue: $m = \alpha \times V \times g$; donde m = multa base, α = factor del porcentaje de ventas; V = ventas del producto o servicio específico durante el periodo de infracción; y , g = factor de disuasión. De esta manera, se tiene que $m = \text{CONFIDENCIAL} \times \text{CONFIDENCIAL} \times 2.42$, con lo cual resulta una multa base ascendente a S/ 60 598.92.

⁴⁰ Considerando el valor de la UIT vigente equivalente al 2025, esto es, S/ 5 350, según la SUNAT: <https://www.sunat.gob.pe/indicestasas/uit.html>, visitada el 25 de noviembre de 2025.

⁴¹ El 10% de los ingresos brutos percibidos por el agente infractor en todas sus actividades en el año 2024 ascendieron a **CONFIDENCIAL**, monto que supera los **CONFIDENCIAL** de la multa calculada.



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 0272-2025/SDC-INDECOPI



EXPEDIENTE 0230-2022/CCD

- (ii) ordenar la inscripción de la imputada en el Registro de Infractores creado por la Comisión; y,
- (iii) ordenar que Enervital cumpla con lo dispuesto en un plazo no mayor de 3 días hábiles contados desde que la resolución sea confirmada por la Sala.

51. Sobre lo descrito en el punto (i) del numeral previo, dado que se está revocando el extremo de la Resolución 030-2025/CCD-INDECOPI que declaró fundada la imputación contra Enervital por difundir el mensaje consistente en que los productos “Troya XXX – Poder masculino” y “TROYA PROSTA TEK DUO – SAW Palmetto” serían naturales en su totalidad; entonces corresponde dejar sin efecto la medida correctiva acerca de dicho mensaje.
52. En consecuencia, corresponde modificar la medida correctiva, ordenando únicamente el cese definitivo e inmediato de la difusión de la publicidad que dé a entender que el producto “TROYA PROSTA TEK DUO – SAW Palmetto” sería un producto que ayudaría a mantener una próstata saludable, en tanto ello no sea cierto.
53. Finalmente, teniendo en cuenta que Enervital no ha formulado argumentos contra lo expuesto en los puntos (ii) y (iii) del numeral 50 de la presente resolución, y que se ha confirmado que dicha empresa cometió un acto de engaño por haber dado a entender que el producto “TROYA PROSTA TEK DUO – SAW Palmetto” ayudaría a mantener una próstata saludable; corresponde confirmar dichos extremos de la resolución impugnada en sus mismos términos.

IV. RESOLUCIÓN DE LA SALA

PRIMERO: confirmar la Resolución 030-2025/CCD-INDECOPI del 25 de marzo de 2025, en el extremo que declaró fundada imputación de oficio contra Enervitalgreen S.A.C. por la comisión de actos de competencia desleal en la modalidad de engaño, supuesto contemplado en el artículo 8 del Decreto Legislativo 1044, Ley de Represión de la Competencia Desleal; por la difusión del mensaje “Ayudaría a mantener una próstata saludable” consignado en el empaque del producto “TROYA PROSTA TEK DUO – SAW Palmetto”.

SEGUNDO: revocar la Resolución 030-2025/CCD-INDECOPI del 25 de marzo de 2025, en el extremo que declaró fundada la imputación de oficio contra Enervitalgreen S.A.C. por la comisión de actos de competencia desleal en la



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 0272-2025/SDC-INDECOPI



EXPEDIENTE 0230-2022/CCD

modalidad de engaño, supuesto contemplado en el artículo 8 del Decreto Legislativo 1044, Ley de Represión de la Competencia Desleal, por la difusión del mensaje “100% natural” consignado en los empaques de los productos “Troya XXX – Poder masculino” y “TROYA PROSTA TEK DUO – SAW Palmetto”; y, en consecuencia se declara INFUNDADA dicha imputación

TERCERO: modificar la Resolución 030-2025/CCD-INDECOPI del 25 de marzo de 2025, en el extremo que sancionó a Enervitalgreen S.A.C. por la difusión de publicidad en empaque del producto “TROYA PROSTA TEK DUO – SAW Palmetto” con una multa de 18.54 (dieciocho punto cincuenta y cuatro) Unidades Impositivas Tributarias; y, en consecuencia, sancionar a la referida empresa con una multa de 11.33 (once punto treinta y tres) Unidades Impositivas Tributarias.

CUARTO: dejar sin efecto la Resolución 030-2025/CCD-INDECOPI del 25 de marzo de 2025, en el extremo que sancionó a Enervitalgreen S.A.C. por la difusión de publicidad en empaque del producto “TROYA XXX – Poder masculino” con una multa de 9.26 (nueve punto veintiseis) Unidades Impositivas Tributarias.

QUINTO: modificar la Resolución 030-2025/CCD-INDECOPI del 25 de marzo de 2025, en el extremo que ordenó a Enervitalgreen S.A.C. el cumplimiento de medidas correctivas; y, en consecuencia, ordenar a dicha empresa, como medida correctiva, el cese definitivo e inmediato de la difusión de la publicidad en empaque del producto “TROYA PROSTA TEK DUO – SAW Palmetto” que dé a entender que sería un producto que ayudaría a mantener una próstata saludable, en tanto ello no sea cierto.

SEXTO: confirmar la Resolución 030-2025/CCD-INDECOPI del 25 de marzo de 2025, en el extremo que ordenó la inscripción de Enervitalgreen S.A.C en el Registro de Infractores creado por la Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal.

SETIMO: confirmar la Resolución 030-2025/CCD-INDECOPI del 25 de marzo de 2025, en el extremo que ordenó que Enervitalgreen S.A.C. que cumpla con lo dispuesto en un plazo no mayor de 3 días hábiles contados desde que la resolución sea confirmada por la Sala Especializada en Defensa de la Competencia, bajo apercibimiento de imponer una nueva sanción y ordenar su cobranza coactiva, de conformidad con lo dispuesto por el artículo 57.1 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal⁴².

⁴²

DECRETO LEGISLATIVO 1044. LEY DE REPRESIÓN DE LA COMPETENCIA DESLEAL

Artículo 57.- Multas coercitivas por incumplimiento de medidas correctivas y mandatos

57.1.- Si el obligado a cumplir una medida correctiva o un mandato ordenado por la Comisión no lo hiciera, se le impone una multa coercitiva no menor de una (1) ni mayor de diez (10) UIT. La multa coercitiva impuesta deberá ser pagada dentro del plazo de cinco (5) días hábiles, vencidos los cuales se ordenará su cobranza coactiva.
(...)



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 0272-2025/SDC-INDECOPI



EXPEDIENTE 0230-2022/CCD

OCTAVO: requerir a Enervitalgreen S.A.C. el cumplimiento espontáneo de la multa impuesta en la presente resolución, bajo apercibimiento de iniciar el medio coercitivo específicamente aplicable, de acuerdo con lo establecido en el artículo 205.4 del artículo 205 del Texto Único Ordenado de la Ley del Procedimiento Administrativo General, aprobado por Decreto Supremo 004-2019-JUS⁴³, precisándose, además, que los actuados serán remitidos a la Unidad de Ejecución Coactiva del Indecopi para los fines de ley.

Con la intervención de los señores vocales Carlos Hugo Mendiburu Díaz, José Abraham Tavera Colugna, Ana Rosa Cristina Martinelli Montoya y Andrés Francisco Calderón López.

CARLOS HUGO MENDIBURU DÍAZ
Presidente

⁴³ DECRETO SUPREMO 004-2019-JUS. TEXTO ÚNICO ORDENADO DE LA 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.