



PROCEDENCIA : COMISIÓN DE FISCALIZACIÓN DE LA COMPETENCIA DESLEAL

DENUNCIANTE : PROCEDIMIENTO INICIADO DE OFICIO

DENUNCIADO : [REDACTED] E.I.R.L.¹

MATERIAS : COMPETENCIA DESLEAL
ACTOS DE ENGAÑO

ACTIVIDAD : VENTA AL POR MENOR DE PRODUCTOS FARMACÉUTICOS Y MEDICINALES, COSMÉTICOS Y ARTÍCULOS DE TOCADOR

SUMILLA: se **CONFIRMA** la Resolución 0141-2025/CCD-INDECOPI del 15 de julio de 2025, en el extremo que declaró fundada la imputación contra [REDACTED] E.I.R.L. por la realización de actos de engaño. La razón es que la denunciada difundió una campaña publicitaria en Facebook y su página web, que daba a entender que el producto “Bebida de nueces, almendras, arándano, linaza, fortificada con calcio y zinc - Krischman” con Registro Sanitario P2758119N/NANUEI contribuye con el buen funcionamiento del sistema renal, cardiaco, muscular, nervioso, óseo, inmunológico y circulatorio. Asimismo, que es efectivo para mujeres embarazadas, para el crecimiento y reparación de células y tejidos, para prevenir enfermedades de la piel, escorbuto, combatir infecciones y tratar enfermedades como el COVID-19, neuritis, polineuritis, diabetes mellitus, alcoholismo, anemia, infecciones virales, bacterianas, micóticas, parasitarias, entre otras 34 patologías relacionadas. Ello, sin tener pruebas de su veracidad.

SANCIÓN:

– **DOS PUNTO DIECINUEVE (2.19) Unidades Impositivas Tributarias.**

Lima, 13 de febrero de 2026

I. ANTECEDENTES

1. Por Resolución s/n del 17 de setiembre de 2024, la Secretaría Técnica de la Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal (en adelante, la Comisión) imputó a [REDACTED] E.I.R.L. (en adelante, [REDACTED])² la

¹ Persona jurídica con RUC 20545727278.

² Con Memorandum 0511-2021-CCD/INDECOPI del 9 de noviembre de 2021, la Secretaría Técnica de la Comisión solicitó a la Dirección de Fiscalización que supervise a los proveedores de productos con propiedades terapéuticas de uso en salud y/o como medicamentos, a fin de verificar la existencia de presuntos actos de competencia desleal. El 25 de febrero de 2022, se realizó tal supervisión en la página web y Facebook de [REDACTED] y se constató la difusión de anuncios sobre las propiedades o beneficios del producto Krischman. En atención a ello, se emitió el Informe 018-



presunta realización de actos de engaño, supuesto tipificado en el artículo 8 del Decreto Legislativo 1044, Ley de Represión de la Competencia Desleal (en adelante, Ley de Represión de la Competencia Desleal)³, debido a que habría difundido anuncios, en Facebook y su página web sobre el producto “Bebida de nueces, almendras, arándano, linaza, fortificada con calcio y zinc - Krischman” con Registro Sanitario P2758119N/NANUEI (en adelante, Krischman). Esta publicidad contendría afirmaciones⁴ que darían a entender que dicho producto contribuiría con el buen funcionamiento del sistema renal, cardíaco, muscular, nervioso, óseo, inmunológico y circulatorio. Asimismo, sería efectivo para mujeres embarazadas, para el crecimiento y reparación de células y tejidos, para prevenir enfermedades de la piel, escorbuto, combatir infecciones y tratar enfermedades como el COVID-19, neuritis, polineuritis, diabetes mellitus, alcoholismo, anemia, infecciones virales, bacterianas, micóticas, parasitarias, entre otras 34 patologías relacionadas, sin que ello sea cierto.

2023/DFI del 24 de enero de 2023 en el que se concluyó que existían indicios de presuntos actos de engaño por parte de [REDACTED] al haber propalado afirmaciones sin pruebas de su veracidad.

3 **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.

(...)

4 Las afirmaciones contenidas en los anuncios son las siguientes:

- “Ayuda al buen funcionamiento del sistema renal, cardíaco, muscular y nervioso”, - “Ayuda a formar y proteger el sistema óseo”, - “Contribuye a que el cuerpo produzca proteína para el crecimiento, conservación y reparación de células y tejidos”, - “Contribuye a prevenir y renovar enfermedades de la piel”, - “Contribuye a prevenir y tratar el escorbuto”, - “Actúa como antioxidante para proteger las células contra los radicales libres”, - “Ayuda en la coagulación de la sangre y la salud de los huesos”, - “Actúa en la producción de leucocitos que destruyen bacterias que causan enfermedades”, - “Activa los neutrófilos para combatir infecciones, ingiriendo los microorganismos y segregando enzimas que los destruyen”,	- “Regula los linfocitos B y T; los cuales localizan y destruyen agentes patógenos que el sistema inmunológico identifica”, - “Aumento del sistema inmunológico, neutrófilo, monocitos y osteocitos”, - “Protege contra la agresión de medicamentos al organismo”, - “Purifica el sistema circulatorio”, - “Va bien con otros medicamentos”, - “Contra el COVID – 19”, - “Contiene hormonas sexuales femeninas (progesterona, estrógeno y prolactina)” - “INDICACIONES: Neuritis, Polineuritis por deficiencia vitamínica, trastorno metabólico, diabetes mellitus, embarazo, alcoholismo, anemia sideroblástica, anemia megaloblástica, anemia ferropénica, infecciones virales, bacterianas, micóticas, parasitarias y compatible para más de 34 patologías relacionadas” / “Sideroblásticas y Megaloblástica”.
--	---

ANUNCIOS DIFUNDIDOS POR [REDACTED]

ANUNCIO 1 EN PÁGINA WEB

KRISCHMAN

INDICACIONES:

- ✓ Neuritis
- ✓ Polineuritis por deficiencia vitamínica.
- ✓ Trastornos metabólicos
- ✓ Diabetes mellitus.
- ✓ Embarazo.
- ✓ Alcoholismo.
- ✓ Anemia Sideroblástica
- ✓ Anemia Megaloblástica
- ✓ Anemia Ferropécnica
- ✓ Infecciones virales,
- ✓ Infecciones bacterianas
- ✓ Infecciones micóticas
- ✓ Infecciones parasitarias y compatible para más de 34 patologías relacionadas.

NEUTRONFARMA S.L.
www.neutronfarma.com

ANUNCIO 2 EN PÁGINA WEB

KRISCHMAN PREMIUM

COMPOSICIÓN:
Cada 100 mg: Calcio 830 mg - Filomenodina 18,30 mg
Calcio 252 mg Fosforo 499 mg; Retinol 12 mg;
Ácido ascórbico 17 mg

PLUS: Con energía idénica similar para las células.

ACCIONES TERAPEUTICAS

- Ayuda en el buen funcionamiento del sistema renal, cardíaco, muscular y nervioso
- Ayuda a formar y proteger el sistema óseo
- Contribuye a que el cuerpo produzca proteína para el crecimiento, conservación y reparación de células y tejidos
- Contribuye a prevenir y renovar enfermedades de la piel
- Contribuye a prevenir y tratar el escorbuto
- Actúa como antioxidante para proteger las células contra los radicales libres
- Ayuda a la coagulación de la sangre y la salud de los huesos
- Actúa en la producción de los leucocitos que destruyen bacterias que causan enfermedades.
- Activa los neutrófilos para combatir infecciones, ingiriendo los microorganismos y segregando enzimas que los destruyen.
- Regula los linfocitos B y T, los cuales localizan y destruyen agentes patógenos que el sistema inmunológico identifica.
- Contienen hormonas sexuales femeninas (progesterona, estrógenos y prolactina).

Reg. Sanitario
P275919/NANUEI

CellMedic
www.cellmedic.pe

Av. Fátima Mz. B Lote 2 Puente Piedra - Lima
Contactos al Telf: 01-5486794 - 958672160 - 948111675



ANUNCIO 5 EN FACEBOOK



2. Por Resolución 0141-2025/CCD-INDECOPI del 15 de julio de 2025⁵, la Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal (en adelante, la Comisión) declaró fundada la imputación contra [REDACTED] por la realización de actos de engaño. En consecuencia, le impuso una multa de dos punto diecinueve (2.19) Unidades Impositivas Tributarias (en adelante, UIT) y una medida correctiva⁶. La Comisión sustentó su decisión en lo siguiente:

Sobre el acto de engaño imputado

- (i) Una evaluación superficial e integral de la campaña publicitaria cuestionada permite advertir que dio a entender que el producto Krishman contribuye con el buen funcionamiento del sistema renal, cardíaco, muscular, nervioso, óseo, inmunológico y circulatorio. Asimismo, que es efectivo para mujeres embarazadas, para el crecimiento y reparación de células y tejidos, para prevenir enfermedades de la piel, escorbuto, combatir infecciones y tratar enfermedades como el COVID 19, neuritis, polineuritis, diabetes mellitus, alcoholismo, anemia, infecciones

⁵ La Comisión también ordenó en esta resolución inscribir a [REDACTED] en el Registro de Infractores.

⁶ La medida correctiva consistió en el cese definitivo e inmediato de la difusión de la publicidad infractora, en tanto dé a entender a los consumidores que el producto denominado "Bebida de nueces, almendras, arándano, linaza, fortificada con calcio y zinc – Krishman", contribuye con el buen funcionamiento del sistema renal, cardíaco, muscular, nervioso, óseo, inmunológico y circulatorio, así como que es efectivo para mujeres embarazadas, para el crecimiento y reparación de células y tejidos, para prevenir enfermedades de la piel, escorbuto, combatir infecciones y tratar enfermedades como el COVID 19, neuritis, polineuritis, diabetes mellitus, alcoholismo, anemia, infecciones virales, bacterianas, micóticas, parasitarias, entre otras 34 patologías relacionadas; en tanto ello no sea cierto.



virales, bacterianas, micóticas, parasitarias, entre otras 34 patologías relacionadas.

- (ii) La empresa imputada no presentó medio probatorio alguno que acredite la veracidad de las afirmaciones difundidas, por lo que ha incumplido con el deber de sustanciación previa.

Sobre la graduación de la sanción

- (iii) Corresponde aplicar el “Método basado en el porcentaje de las ventas afectadas por la conducta infractora”, pues la infracción detectada se concretó por medios publicitarios con alcance geográfico nacional⁷. Con base en los valores de cada factor (porcentaje de las ventas, el valor de las ventas en el periodo infractor y el factor de disuasión) y la inexistencia de un atenuante o agravante, se impone una multa de dos punto diecinueve (2.19) UIT. La imputada no acreditó el monto de sus ingresos brutos obtenidos por todas sus actividades económicas en el año 2024, por lo que no es aplicable el límite legal respectivo.
3. El 31 de julio de 2025, [REDACTED] apeló la Resolución 0141-2025/CCD-INDECOPI, señalando los siguientes argumentos:
- (i) No cuenta con redes sociales, motivo por el cual, no ha difundido los anuncios recopilados del perfil de Facebook “Botica [REDACTED]”.
- (ii) Produce y elabora fórmulas magistrales y oficinales a pedido de los profesionales de la salud, previa emisión de receta médica.
- (iii) El producto Krischman es producido como nutracéutico, de conformidad con el Registro Sanitario P2758119N/NANUEI.

II. CUESTIONES EN DISCUSIÓN

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

⁷ Según 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, para graduar las sanciones aplicables a actos de competencia desleal, debe emplearse el método basado en un porcentaje de las ventas del producto o servicio afectado cuando la infracción: (i) se haya desarrollado en un periodo mayor a dos (2) años; (ii) haya existido daño o puesto en riesgo la vida y/o salud de las personas; o, (iii) haya tenido un alcance geográfico a nivel nacional.



- (i) si [REDACTED] posee la calidad de anunciante de la publicidad difundida en Facebook;
- (ii) de ser el caso, si [REDACTED] ha incurrido en el acto de engaño imputado;
- (iii) de ser el caso, si corresponde confirmar la sanción impuesta a [REDACTED] y la medida correctiva ordenada en su contra.

III. ANÁLISIS DE LAS CUESTIONES EN DISCUSIÓN

III.1. Sobre la calidad de anunciante de [REDACTED]

- 7. El análisis de configuración de actos de competencia desleal a través de publicidad requiere dilucidar (de ser controvertido) la calidad de anunciante para determinar la respectiva responsabilidad⁸. El anunciante es quien desarrolla actos cuyo efecto o finalidad —directa o indirectamente— sea concurrir en el mercado y que, con la difusión de publicidad se propone ilustrar al público sobre —entre otros— la naturaleza, características, atributos de los bienes o servicios cuya producción o prestación constituye su actividad económica; o, de otro lado, motivar transacciones para satisfacer sus intereses empresariales⁹.
- 8. Un anunciante es quien difunde —por sí solo o a través de terceros que actúan bajo su encargo— cierta expresión publicitaria de la cual es beneficiario. Esta interpretación, expresada en anteriores pronunciamientos¹⁰ y respaldada en la

⁸ **DECRETO LEGISLATIVO 1044. LEY DE REPRESIÓN DE LA COMPETENCIA DESLEAL**

Artículo 23.- Asignación de responsabilidad

23.1.- La responsabilidad administrativa que se deriva de la comisión de actos de competencia desleal a través de la publicidad corresponde, en todos los casos, al anunciante.
(...)

⁹ **DECRETO LEGISLATIVO 1044. LEY DE REPRESIÓN DE LA COMPETENCIA DESLEAL**

Artículo 59.- Definiciones

(...)

c) Anunciante: a toda persona, natural o jurídica, que desarrolla actos cuyo efecto o finalidad directa o indirecta sea concurrir en el mercado y que, por medio de la difusión de publicidad, se propone: i) ilustrar al público, entre otros, acerca de la naturaleza, características, propiedades o atributos de los bienes o servicios cuya producción, intermediación o prestación constituye el objeto de su actividad; o, ii) motivar transacciones para satisfacer sus intereses empresariales;

La Sala ha indicado que, para calificar a un particular como anunciante, se debe verificar que: (i) la persona natural o jurídica intervino materialmente en el proceso de difusión de la publicidad; y, (ii) esta tenga un fin concurrencial, es decir, el propósito de motivar transacciones que satisfagan sus intereses comerciales. Al respecto, ver las Resoluciones 049-2024/SDC-INDECOPI del 15 de marzo de 2024 y 0111-2024/SDC-INDECOPI del 5 de julio de 2024.

¹⁰ Ver, por ejemplo, Resoluciones 121-2024/SDC-INDECOPI del 25 de julio de 2024 y 137-2024/SDC-INDECOPI del 10 de setiembre de 2024.

doctrina¹¹, guarda coherencia con el principio de causalidad¹², que establece que la responsabilidad debe corresponder a quien incurrió en la conducta prohibida por la ley. De este modo, para que se atribuya responsabilidad administrativa sobre un agente económico, es necesario que este sea causante de la acción u omisión que supone la conducta ilícita a título de autor¹³.

9. Una revisión de la página web de [REDACTED], revela que en la sección “*Vademécum de fórmulas Intracemulares (VPHM)*” señaló que en caso alguno de los productos que oferta (como Krishman) ocasione reacciones adversas, sus clientes pueden contactarlo por diversos medios, entre los que está su perfil de Facebook “Botica [REDACTED]”, lo cual evidencia que este le pertenece a la empresa imputada, tal como se verifica enseguida:

Vademécum de fórmulas Intracemulares – producto Impaser

Reacciones adversas

El medicamento Impaser de origen energético basado en la Leyes de la Ciencia Homeopática ha sido comprobado y experimentado sin producir efectos adversos en el organismo.

Notificación de sospechas de reacciones adversas:

De presentarse una o varias de las reacciones adversas citadas anteriormente el organismo ha recuperado sus neurotransmisores de alerta, esto es positivo ya que el organismo va en la dirección de ir recuperando sus mecanismos de autocuración; sin embargo, si hay dolor, llamar a su coordinadora de salud o médico para que le recete medicación química para mejorar y complementar su tratamiento. Se puede complementar otro medio, el fin es recuperar su organismo. También se puede comunicar a nuestro número telefónico 01-5481029 al correo electrónico [REDACTED] página web [REDACTED] nuestro Facebook [REDACTED]

¹¹ La profesora Corredoira, al comentar la Ley 34/1988 –Ley General de Publicidad Española– sostiene que la delimitación del concepto de anunciante parte por reconocer que este “haya desencadenado el proceso comunicativo”. En: CORREDOIRA Y ALFONSO, Loreto. Comentarios a la Ley de Publicidad. Ley 34/1988 y disposiciones complementarias. Primera edición. Barcelona: Bosch, 1993. p. 64.

De la misma manera, la Asociación Española de Anunciantes, sostiene que “(...) la responsabilidad del anunciante tiene como contrapartida legal el derecho del anunciante a contratar la ejecución de la campaña de publicidad”. ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE ANUNCIANTES. Manual de Legislación de publicidad. Bilbao: Ediciones Deusto, 1993. p. 36.

¹² DECRETO SUPREMO 004-2019-JUS. TEXTO ÚNICO ORDENADO DE LA LEY 27444. LEY DEL PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO GENERAL.

Artículo 248.- Principios de la potestad sancionadora administrativa

La potestad sancionadora de todas las entidades está regida adicionalmente por los siguientes principios especiales: (...)

8. Causalidad. - La responsabilidad debe recaer en quien realiza la conducta omisiva o activa constitutiva de infracción sancionable.

¹³ MORÓN URBINA ha señalado que “conforme a este principio resultará condición indispensable para la aplicación de cualquier sanción a un administrado que su conducta satisfaga una relación de causa adecuada al efecto, esto es, la configuración del hecho previsto en el tipo como sancionable”. MORÓN URBINA, Juan Carlos. Los principios delimitadores de la potestad sancionadora de la administración pública en la ley peruana. Advocatus. Segunda época. Número 13, 2005. página 247.

10. La Dirección de Fiscalización (en adelante, la DFI) verificó¹⁴ que en el perfil de Facebook “Botica [REDACTED]”¹⁵ constan una serie de datos alusivos a la empresa imputada:

- Dirección y números de contacto de la imputada

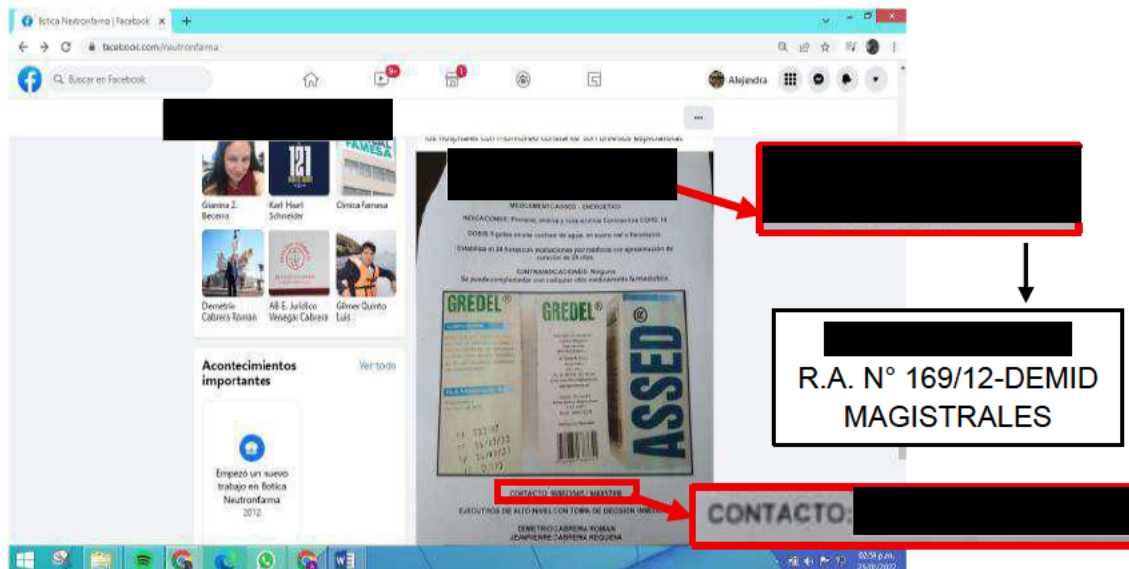


- Datos de la imputada, Resolución 169/2012-DEMID-DISAVLC del 25 de enero de 2012 que autoriza el funcionamiento de su establecimiento y números de contacto

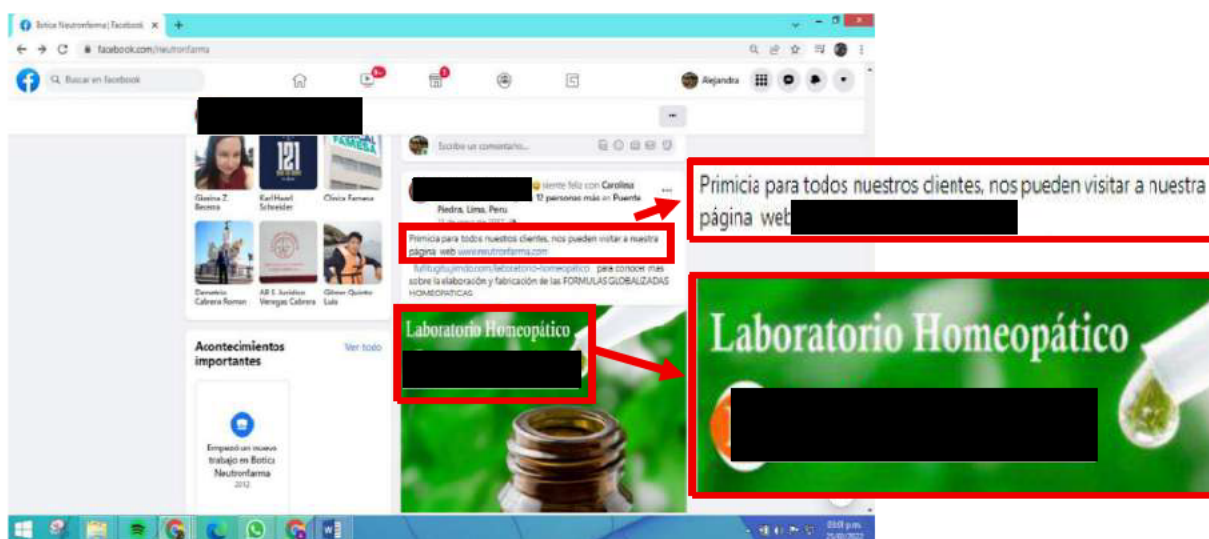
CONTINÚA EN LA SIGUIENTE PÁGINA

¹⁴ Al respecto, ver los Documentos de Registro de Información del 25 de febrero de 2022 sobre las supervisiones remotas llevadas a cabo por la DFI en el perfil de Facebook “Botica [REDACTED]” y la página web de la imputada. Ver fojas 60 y 69 del expediente, respectivamente.

¹⁵ Esta denominación coincide con el nombre comercial declarado por la imputada en su solicitud de Autorización de Funcionamiento de establecimiento farmacéutico ubicado en Urb. Viñas del Norte Mz. B Lote 02, distrito de Puente Piedra. Ello, conforme lo exigía el artículo 18 del Decreto Supremo 014-2011-SA, Reglamento de Establecimientos Farmacéuticos.



- Enlace correspondiente a la página web de la imputada y su razón social



11. Por otra parte, se ha constatado en la página web de la imputada¹⁶ que los datos relativos a su razón social ([redacted] E.I.R.L.), los números de teléfonos de contacto (958672160 / 988823545), la resolución de autorización de funcionamiento del establecimiento farmacéutico (Resolución 169/2012-

¹⁶ Mediante la supervisión remota llevada a cabo el 25 de febrero de 2022 por la DFI en la página web de la imputada y las indagaciones realizadas por la Secretaría Técnica de la Sala en tal medio digital.



DEMID-DISAVLC) y su dirección física (Av. Famesa Mz. B, Lote 2, Urb. Viñas del Norte, distrito de Puente Piedra) coinciden con los exhibidos en el perfil de *Facebook* en cuestión.

12. En suma, [REDACTED] ha indicado en su propio portal oficial que es titular de la cuenta de Facebook "Botica [REDACTED]" y, además, existe evidencia referente a aspectos sumamente detallados acerca del producto anunciado que permite identificar que la empresa imputada es quien gestiona dicho perfil. Por consiguiente, se concluye que la imputada ha participado en la elaboración y difusión de los anuncios en la aludida red social con el fin de promover transacciones comerciales en su beneficio, motivo por el cual califica como anunciante de dicha publicidad.

III.2. Sobre los actos de engaño

III.2.1. Marco normativo

13. El numeral 8.1 del artículo 8 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal¹⁷ 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.
14. 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.
15. El numeral 8.3 del artículo 8 de la mencionada ley 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. Este deberá contar con las pruebas que acrediten la veracidad de sus afirmaciones objetivas antes de la difusión del anuncio, conforme al deber de sustanciación previa¹⁸

¹⁷ Ver nota al pie 3 del presente pronunciamiento.

¹⁸ **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.



16. El artículo 21 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal 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 exhaustiva¹⁹. En suma, la autoridad delimitará el mensaje publicitario bajo la posición de un consumidor, quien realiza una lectura sencilla y propia del entendimiento usual²⁰.
17. En el caso particular de las campañas publicitarias, el enjuiciamiento de la publicidad exige que se analicen los anuncios en conjunto, considerando las particularidades de las piezas que las conforman y teniendo en consideración el mensaje principal de la campaña publicitaria.
18. Lo expuesto junto con lo anotado en anteriores pronunciamientos²¹ revelan que la metodología para evaluar si cierto mensaje derivado de 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 controvertido, en qué consiste el contenido del mensaje que reciben los destinatarios.
 - (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 pruebas capaces de acreditar la

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.

¹⁹ **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.

²⁰ **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.

²¹ Ver la Resolución 641-2017/SDC-INDECOPI (sobre la imputación de oficio contra Panadería San Jorge S.A.) y, más recientemente, la Resolución 254-2025/SDC-INDECOPI (sobre el procedimiento iniciado por la denuncia interpuesta por Soluciones Educativas Digitales S.A.C. contra Inversiones Fimasa E.I.R.L.).



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:** la autoridad determinará si –en efecto– los medios probatorios demuestran la veracidad del mensaje transmitido.

III.1.3. Aplicación al presente caso

11. Una campaña publicitaria está constituida por anuncios difundidos (i) por un mismo anunciante, (ii) en diversos medios de comunicación, (iii) en referencia al mismo producto, (iv) en un único espacio geográfico y temporal y (v) con un mismo mensaje publicitario principal²². Por tanto, corresponde evaluar conjuntamente los mensajes de los diferentes soportes (es decir, como una única conducta), pues el mensaje principal identificado los trasciende²³.
12. La evaluación de los anuncios en cuestión permite apreciar que (i) fueron emitidos por un único anunciante: [REDACTED]; (ii) a través de diversos medios de comunicación (red social *Facebook* y página web); (iii) estaban referidos al mismo producto anunciado (Krischman); (iv) fueron difundidos en una misma zona geográfica (territorio peruano) y periodo (del 27 de julio de 2020 hasta la notificación de la imputación de cargos); y, (v) transmitían el mismo mensaje publicitario principal consistente en que el producto anunciado ayudaría a combatir diversas dolencias, afecciones o enfermedades.
19. Al responder los anuncios en cuestión a un comportamiento único e identificable, configuran una campaña publicitaria que transmiten el aludido mensaje principal. Dado que este mensaje coincide con aquel que ha sido materia de imputación, corresponde evaluar su veracidad.
20. [REDACTED] no ha presentado medio de prueba que acredite que el producto

²²

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

Artículo 59.- Definiciones

Para efectos de esta Ley se entenderá por:

(...)

e) Campaña publicitaria: a los anuncios difundidos, en un mismo espacio geográfico y temporal, por el mismo anunciante, a través de diversos medios tales como televisión, radio, catálogos de ventas, folletos, diarios, revistas, paneles e Internet, entre otros, respecto de los mismos productos y presentando el mismo mensaje publicitario principal; (...)

²³

El análisis sobre la existencia de un mensaje principal o unificador es distinto a la evaluación de la publicidad y su veracidad. Lo anterior, pues la determinación de la existencia de una campaña (o no) solo alude a la forma en la que se presentan los anuncios cuestionados en el mercado y, en ese contexto, a cómo deben ser evaluados por la autoridad, por lo que dicho análisis se realiza en un momento anterior a la evaluación sobre la existencia de un acto de engaño.



Krischman, efectivamente, cuenta con las propiedades publicitadas.

21. Los preparados oficinales y las fórmulas magistrales son preparados farmacéuticos, elaborados por un profesional químico farmacéutico o bajo su dirección, que se encuentran destinados a un paciente individualizado y cuya comercialización no puede darse a mayor escala²⁴. El producto Krischman fue publicitado, a través de medios digitales, para comunicar a cualquier destinatario que se halle expuesto a la publicidad controvertida sus supuestos beneficios o propiedades. Al haber sido ofertado de manera masiva, el producto anunciado no constituye una fórmula magistral o preparado oficial.
22. La Dirección General de Salud Ambiental e Inocuidad Alimentaria (en adelante, Digesa)²⁵ autorizó a [REDACTED], con Registro Sanitario P2758119N/NANUEI²⁶, comercializar el producto Krischman sin que puedan ser efectuadas alusiones a propiedades que generen apreciaciones falsas de su naturaleza, origen, composición o calidad²⁷. La autoridad de represión de la

²⁴ **DECRETO SUPREMO 016-2011-SA. REGLAMENTO PARA EL REGISTRO, CONTROL Y VIGILANCIA SANITARIA DE PRODUCTOS FARMACÉUTICOS, DISPOSITIVOS MÉDICOS Y PRODUCTOS SANITARIOS ANEXO 01 GLOSARIO DE TÉRMINOS Y DEFINICIONES**

(...)

45. Fórmula magistral. – Preparado farmacéutico destinado a un paciente individualizado, elaborado por el profesional Químico Farmacéutico o bajo su dirección, en cumplimiento expreso a una prescripción facultativa detallada de el o los ingredientes activos que incluye, según las normas técnica y científicas del arte farmacéutico, dispensado en una farmacia, botica o farmacia de los establecimientos de salud.

(...)

80. Preparado oficial. – Preparado farmacéutico elaborado por el profesional Químico Farmacéutico o bajo su dirección, de conformidad a las farmacopeas de referencia o compendios oficiales aprobados por la Autoridad de productos Farmacéuticos, Dispositivos Médicos y Productos Sanitarios y dispensado en la farmacia, botica o farmacia de los establecimientos de salud a un paciente en particular, lo que no podrá ser comercializado a mayor escala.

(...)

²⁵ https://consultas-digesa.minsa.gob.pe/ConsultaWebRS/Consultas/Consulta_Registro_Sanitario.aspx (Fecha de consulta 13 de febrero de 2026).

²⁶ De acuerdo a la información consultada mediante el enlace señalado en la nota al pie precedente, a la fecha, el Registro Sanitario P2854419N-DIGESA se encuentra vencido.

²⁷ **CONSULTA DE REGISTROS SANITARIOS DE ALIMENTOS – DIGESA**

Nro. Exp. 33890-2019-R

REGISTRO SANITARIO

A. EMPRESA

[REDACTED] E.I.R.L.

(...)

C. ALIMENTOS Y BEBIDAS

1. BEBIDA DE NUECES, ALMENDRAS, ARANDANO, LINAZA, FORTIFICADA CON CALCIO Y ZINC - KRISCHMAN "[REDACTED]", en frascos, potes de vidrio, pvc, petg, polietileno de alta densidad de 10 mL hasta 10 L.

Vida Útil del Producto: 2 años

D. REGISTRO

La Dirección General de Salud Ambiental e Inocuidad Alimentaria autoriza la inscripción o reinscripción en el Registro Sanitario de Alimentos y Bebidas de Consumo Humano de los productos descritos en el ítem C bajo las siguientes condiciones:

(...)



competencia desleal —en ejercicio de su competencia primaria²⁸— no evalúa lo determinado por Digesa en torno a la naturaleza del producto anunciado o la validez de su registro sanitario. Solo analiza si los mensajes transmitidos por la publicidad controvertida de dicho producto son veraces o no.

23. En la medida que ha quedado acreditado que la empresa imputada difundió una campaña publicitaria engañosa, corresponde confirmar la Resolución 0141-2025/CCD-INDECOPI en el extremo que declaró fundada la imputación contra [REDACTED].

III.2. Graduación de la sanción

24. [REDACTED] no formuló argumentos que cuestionen la metodología ni las estimaciones empleadas en el cálculo de la multa. Sin perjuicio de ello, por las características de la infracción cometida, correspondía aplicar el “Método basado en el porcentaje de las ventas afectadas por la conducta infractora”²⁹. En atención a ello, la Comisión asignó los valores correspondientes a cada factor y al considerar que no existían circunstancias agravantes o atenuantes, impuso una multa de dos punto diecinueve (2.19) UIT a la imputada.

h. El Registro Sanitario no autoriza hacer alusión a propiedades medicinales, preventivas o curativas, nutritivas o especiales que puedan dar lugar a apreciaciones falsas sobre la verdadera naturaleza, origen, composición o calidad del alimento o de la bebida.

(Subrayado añadido)

28

DECRETO LEGISLATIVO 1044. LEY DE REPRESIÓN DE LA COMPETENCIA DESLEAL

Artículo 25.- La Comisión. -

25.1.- La Comisión es el órgano con autonomía técnica y funcional encargado de la aplicación de la presente Ley con competencia exclusiva a nivel nacional, salvo que dicha competencia haya sido asignada o se asigne por norma expresa con rango legal a otro organismo público.

(...)

Artículo 27.- El Tribunal. -

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.

(...)

DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS FINALES

PRIMERA. - Competencia primaria. -

El control de las conductas desleales se encuentra regido por el principio de competencia primaria, el cual corresponde al INDECOPI y al Organismo Supervisor de la Inversión Privada en Telecomunicaciones - OSIPTEL, según lo establecido en las leyes respectivas. No podrá recurrirse al Poder Judicial sin antes haber agotado las instancias administrativas ante dichos organismos.

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

Artículo 8.- Vigilancia en materia de rotulado y publicidad de alimentos y bebidas

La vigilancia en materia de rotulado y publicidad de alimentos y bebidas está a cargo del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual - INDECOPI.

(Subrayado añadido)

29

Correspondía emplear el “Método basado en el porcentaje de las ventas afectadas por la conducta infractora”, toda vez que se cumplió con los supuestos para su aplicación. Al respecto, ver la nota a pie 7 de la presente resolución.



25. Por lo expuesto, corresponde confirmar la Resolución 0141-2025/CCD-INDECOPI en el extremo que impuso una multa de dos punto diecinueve (2.19) UIT a [REDACTED].

III.3. Sobre los demás extremos de la Resolución 0141-2025/CCD-INDECOPI

26. Mediante Resolución 0141-2025/CCD-INDECOPI, la Comisión: (i) impuso una medida correctiva³⁰; (ii) dispuso un plazo de tres (3) días hábiles para acatarla, contados desde que dicha resolución quede consentida o sea confirmada y (iii) ordenó la inscripción de [REDACTED] en el Registro de Infractores creado por la Comisión.
27. Dado que se ha determinado que [REDACTED] cometió actos de engaño y que la empresa infractora no formuló argumentos dirigidos a cuestionar la Resolución 0141-2025/CCD-INDECOPI en los extremos señalados en el párrafo precedente, corresponde confirmarlos.

IV. RESOLUCIÓN DE LA SALA

PRIMERO: confirmar la Resolución 0141-2025/CCD-INDECOPI del 15 de julio de 2025, en el extremo que declaró fundada la imputación contra [REDACTED] E.I.R.L., por la realización de actos de competencia desleal en la modalidad de engaño, supuesto tipificado en el artículo 8 del Decreto Legislativo 1044, Ley de Represión de la Competencia Desleal, debido a que difundió una campaña publicitaria en Facebook y su página web, que daba a entender que el producto denominado “Bebida de nueces, almendras, arándano, linaza, fortificada con calcio y zinc - Krishman” con Registro Sanitario P2758119N/NANUEI contribuiría con el buen funcionamiento del sistema renal, cardíaco, muscular, nervioso, óseo, inmunológico y circulatorio. Asimismo, sería efectivo para mujeres embarazadas, para el crecimiento y reparación de células y tejidos, para prevenir enfermedades de la piel, escorbuto, combatir infecciones y tratar enfermedades como el COVID-19, neuritis, polineuritis, diabetes mellitus, alcoholismo, anemia, infecciones virales, bacterianas, micóticas, parasitarias, entre otras 34 patologías relacionadas. Ello, sin tener pruebas de su veracidad.

SEGUNDO: confirmar la Resolución 0141-2025/CCD-INDECOPI del 15 de julio de 2025, en el extremo que sancionó a [REDACTED] E.I.R.L. con una multa ascendente a dos punto diecinueve (2.19) Unidades Impositivas Tributarias por la realización de actos de competencia desleal en la modalidad de engaño.

³⁰ Ver nota al pie 6 de la presente resolución.



TERCERO: confirmar la Resolución 0141-2025/CCD-INDECOPI del 15 de julio de 2025, en el extremo que ordenó a [REDACTED] E.I.R.L., en calidad de medida correctiva, el cese definitivo e inmediato de la difusión de la publicidad infractora, en tanto dé a entender a los consumidores que el producto Krischman contribuye con el buen funcionamiento del sistema renal, cardíaco, muscular, nervioso, óseo, inmunológico y circulatorio, así como que es efectivo para mujeres embarazadas, para el crecimiento y reparación de células y tejidos, para prevenir enfermedades de la piel, escorbuto, combatir infecciones y tratar enfermedades como el COVID 19, neuritis, polineuritis, diabetes mellitus, alcoholismo, anemia, infecciones virales, bacterianas, micóticas, parasitarias, entre otras 34 patologías relacionadas; en tanto ello no sea cierto.

CUARTO: confirmar la Resolución 0141-2025/CCD-INDECOPI del 15 de julio de 2025, en el extremo que ordenó a [REDACTED] E.I.R.L. que cumpla con lo dispuesto en la referida resolución en un plazo de tres (3) días hábiles, contados desde que la misma quede consentida o, en su caso, sea confirmada por la Sala Especializada en Defensa de la Competencia, bajo apercibimiento de imponer una nueva multa y ordenar su cobranza coactiva, de conformidad con lo dispuesto en el numeral 57.1 del artículo 57 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal.

QUINTO: confirmar la Resolución 0141-2025/CCD-INDECOPI del 15 de julio de 2025, en el extremo que ordenó la inscripción de [REDACTED] E.I.R.L. en el Registro de Infractores creado por la Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal.

SEXTO: requerir a [REDACTED] E.I.R.L. el cumplimiento espontáneo de la multa impuesta en por Resolución 0141-2025/CCD-INDECOPI del 15 de julio de 2025, bajo apercibimiento de iniciar el 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-JUS, 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 Andrés Francisco Calderón López, José Abraham Tavera Colugna, Carlos Hugo Mendiburu Díaz, Ana Rosa Cristina Martinelli Montoya y Julio Carlos Lozano Hernández.



Firmado digitalmente por CALDERON
LOPEZ Andres Francisco FAU
20133840533 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 24.02.2026 10:28:07 -05:00

ANDRÉS FRANCISCO CALDERÓN LOPEZ
Presidente