PROCEDENCIA	:	COMISIÓN DE FISCALIZACIÓN DE LA COMPETENCIA DESLEAL
DENUNCIANTE	:	JULIO RONALD LOAIZA MIRANDA
DENUNCIADA	:	DELOSI S.A.[1]
MATERIAS	:	COMPETENCIA DESLEAL ACTOS DE ENGAÑO
ACTIVIDAD	:	ACTIVIDADES DE RESTAURANTES Y DE SERVICIO MÓVIL DE COMIDAS

SUMILLA: se REVOCA la Resolución 026-2024/CCD-INDECOPI del 5 de marzo de 2024, en el extremo que declaró fundada la denuncia interpuesta por el señor Julio Ronald Loaiza Miranda contra Delosi S.A., por la presunta comisión de actos de engaño, supuesto previsto en el artículo 8 del Decreto Legislativo 1044, Ley de Represión de la Competencia Desleal; y, en consecuencia, se declara INFUNDADA dicha denuncia.

Esta decisión se sustenta en que, de la revisión de la publicidad cuestionada, no se aprecia que señalen que la cantidad de bebida contenida en los vasos entregados, en la modalidad recojo en tienda para los productos cuestionados – "Mega Gigante 14 piezas" "Mega Poderoso 12 piezas", "Mega Recargado 10 piezas", "Combo Strips", "Combo Classic", "Combo 6 Hot Wings" y "Combo 6 Nuggets"– fuera exactamente equivalente al contenido de bebidas en botellas entregados en delivery. Lo anterior, aunado al hecho de que, dado el estándar de presentación de bebidas en este mercado, los consumidores no tendrían la expectativa de que sus bebidas en vasos fueran exactamente equivalentes al contenido de bebidas en botellas.

Lima, 8 de enero de 2025

I. ANTECEDENTES

1. El 4 de noviembre de 2022, el señor Julio Ronald Loaiza Miranda (en adelante, el señor Loaiza), denunció a Delosi S.A. (en adelante, Delosi) ante la Secretaría Técnica de la Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal (en adelante, la Secretaría Técnica de la Comisión), por la presunta 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 (en

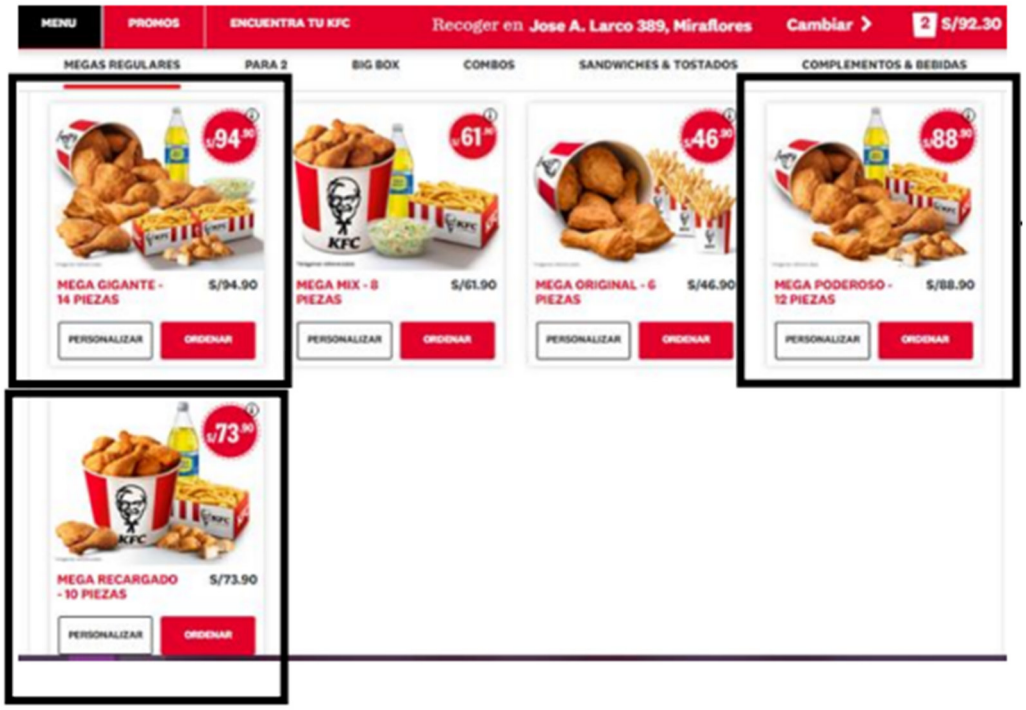
[1] Persona jurídica con RUC 20100123330.

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

adelante, Ley de Represión de la Competencia Desleal)[2]. En su denuncia, el señor Loaiza manifestó lo siguiente:

(i) El 8 de agosto de 2022, ingresó a la página web https://www.kfc.com.pe/, a fin de revisar las ofertas que se promocionaban como Megas y Combos. Al respecto, verificó que se ofrecían, entre otros productos: una bebida de 1.5 L (uno punto cinco litros), en el caso de los Megas; y, una botella de bebida personal de 500 ml (quinientos mililitros), en el caso de los Combos. Dichos anuncios se pueden apreciar a continuación:

MEGAS

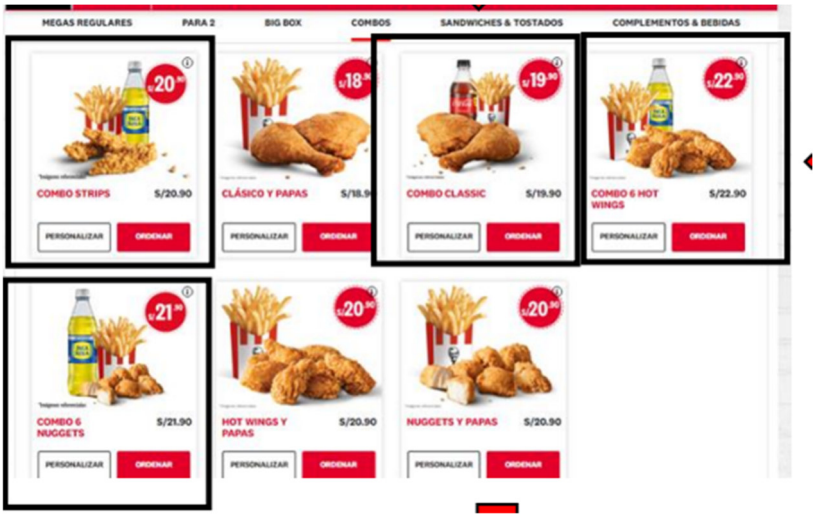


Fuente: Página Web de Delosi

[2] **DECRETO LEGISLATIVO 1044. LEY DE REPRESIÓN DE LA COMPETENCIA DESLEAL**
Artículo 8.- Actos de engaño
8.1.- Consisten en la realización de actos que tengan como efecto, real o potencial, inducir a error a otros agentes en el mercado sobre la naturaleza, modo de fabricación o distribución, características, aptitud para el uso, calidad, cantidad, precio, condiciones de venta o adquisición y, en general, sobre los atributos, beneficios o condiciones que corresponden a los bienes, servicios, establecimientos o transacciones que el agente económico que desarrolla tales actos pone a disposición en el mercado; o, inducir a error sobre los atributos que posee dicho agente, incluido todo aquello que representa su actividad empresarial.
(...)

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

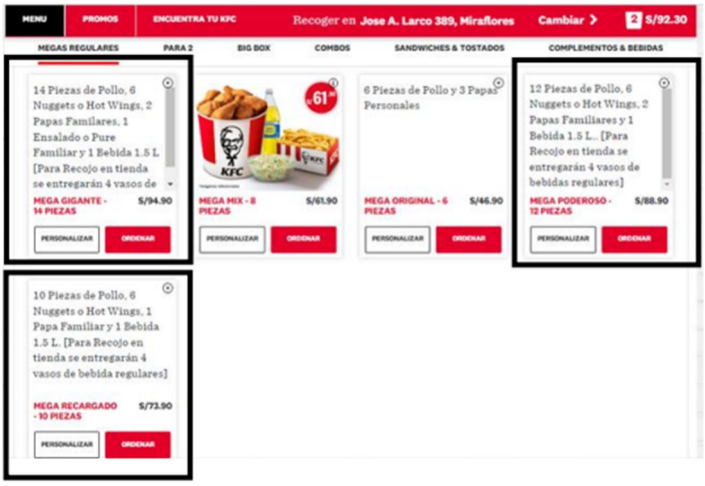
COMBOS



Fuente: Página Web de Delosi

(ii) Al cliquear en las opciones referidas a cada una de dichos productos, se presentaban detalles acerca de lo que incluían. En particular, en el caso de los Megas, para recojo en tienda, se señalaba que incluían 1 bebida de 1.5 L (precisando que para recojo en tienda se entregarán cuatro (4) vasos de bebidas regulares). Por su parte, en el caso de los Combos, se indicaba que incluían una bebida personal (precisando que para recojo en tienda se reemplaza por un (1) vaso de bebida grande, sin precisar la cantidad de este último). Ello se puede apreciar a continuación:

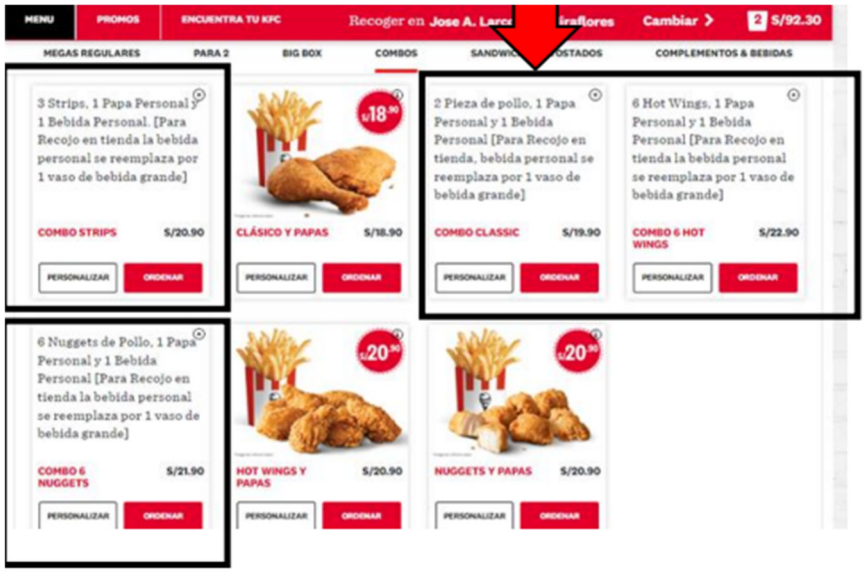
MEGAS



Fuente: Página Web de Delosi

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

COMBOS



Fuente: Página Web de Delosi

(iii) Al revisar los "Términos y Condiciones" y las "Políticas de *Delivery*" consignadas en la referida página web (https://www.kfc.com.pe/), se aprecia que señalan lo siguiente: (a) que en los Megas para recojo en tienda, se entregarían cuatro (4) vasos de 12 doce onzas (oz), en vez de una botella de bebida de 1.5 L; y, (b) que en el caso de los Combos para recojo en tienda, se entregaría un vaso de 16 oz, en vez de una botella de bebida de 500 ml.

(iv) No obstante, al efectuar la conversión de la medida del contenido de onzas a mililitros, se advertía que –para la opción de recojo en tienda– se entregaba a los consumidores un menor contenido del ofrecido; por lo que se configura un acto de engaño.

2. Mediante Resolución s/n del 19 de diciembre de 2022, la Secretaría Técnica de la Comisión admitió a trámite la denuncia presentada por el señor Loaiza; e, imputó a Delosi la presunta comisión de actos de competencia desleal en la modalidad de actos de engaño [3] Lo anterior, debido a que a través de su sitio web https://www.kfc.com.pe/:

[3] En la Resolución s/n del 19 de diciembre de 2022, la Secretaría Técnica de la Comisión también resolvió, entre otros aspectos, lo siguiente: (i) otorgar el plazo de diez (10) días hábiles a Delosi para que presente sus descargos, contados a partir del día siguiente de notificada dicha resolución; y, (ii) requerir a la mencionada empresa información relativa al periodo de difusión de los anuncios cuestionados y el monto de los ingresos brutos obtenidos por la difusión de dicha publicidad desde el inicio de su difusión hasta la notificación de la referida resolución. Dicho requerimiento fue absuelto por Delosi mediante escrito del 21 de abril de 2023.

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

(i) Vendría difundiendo publicidad, en la que ofrecería para recojo en tienda, los siguientes productos "Megas": "Mega Gigante 14 piezas", "Mega Poderoso 12 piezas" y "Mega Recargado 10 piezas", indicando en todos ellos que incluiría una "Bebida 1.5 L (Para Recojo en Tienda se entregarán 4 vasos de bebidas regulares)", dando a entender que la cantidad que contienen los vasos que se recogen en tienda y/o restaurantes sería equivalente a una bebida de 1.5 litros; cuando ello no sería cierto.

(ii) Vendría difundiendo publicidad, en la que ofrecería para recojo en tienda, los siguientes productos "combos": "Combo Strips", "Combo Classic" "Combo 6 Hot Wings" y "Combo 6 Nuggets", indicando en todos ellos que incluiría una "Bebida personal (Para Recojo en Tienda se reemplaza por 1 vaso de bebida grande)", dando a entender que la cantidad que contiene el vaso que se recoge en la tienda y/o restaurantes sería equivalente a una bebida de 500 mililitros; cuando ello no sería cierto.

3. El 4 de abril de 2023[4], Delosi presentó sus descargos, manifestando lo siguiente:

<u>Sobre la improcedencia de la denuncia</u>

(i) Solicitó que se declare la improcedencia de la denuncia, debido a que la información materia de cuestionamiento no constituye publicidad. Ello, toda vez que es neutral, no contiene o promociona descuentos. Así pues, tiene como único objetivo informar a los consumidores o potenciales consumidores acerca de las características de sus productos (precios, cantidad de piezas, tamaño de las papas y/o complementos y el detalle de las bebidas), más no de persuadirlos para que los adquieran.

<u>Sobre la comisión de actos de engaño</u>

(ii) Delosi ha dispuesto protocolos diferenciados para la entrega de sus productos en las modalidades de *delivery* y recojo en tienda, los cuales cumplen las condiciones sanitarias establecidas en la "Guía Técnica para los Restaurantes y Servicios afines con modalidad de servicio a domicilio"[5]. Por ello, en el caso de *delivery*, las bebidas se entregan en botellas, para evitar derrames durante el trayecto hacia el domicilio del cliente. Por su parte, en la modalidad de recojo en tienda, la bebida se coloca en vasos, considerando que es el mismo consumidor quien recoge el pedido.

---

[4] Previamente, el 23 de enero de 2023, Delosi solicitó a la Secretaría Técnica de la Comisión que les conceda una prórroga para presentar sus descargos.

[5] Aprobada mediante Resolución Ministerial 250-2020-MINSA, publicada el 3 de mayo de 2020.

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

(iii) Delosi solo informa la presentación en la que se entrega la bebida, más no equipara la cantidad de la modalidad *delivery* –en presentación botella– con la de recojo en tienda –en presentación vaso–.

(iv) En las "Políticas de *delivery* y atención para llevar" de la mencionada página web, se comunica la cantidad de onzas que contienen los vasos que se entregan en la modalidad de recojo en tienda[6].Por lo tanto, los consumidores cuentan en todo momento con la información necesaria para efectuar su decisión de consumo.

4. Por escrito del 5 de junio de 2023, el señor Loaiza indicó que la información objeto de evaluación sí es publicidad, debido a que Delosi únicamente ofrece los productos cuestionados a través de la mencionada página web. Asimismo, señaló que, del análisis superficial e integral de la publicidad cuestionada, un consumidor entendería que se le debe entregar una botella de bebida de 1.5 L (para los referidos Megas) o de 500 ml (para los referidos Combos) –o vasos que contengan la misma cantidad–.

5. Mediante Resolución 2 del 8 de agosto de 2023, la Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal (en adelante, la Comisión) resolvió suspender el procedimiento hasta que la Oficina de Estudios Económicos del Indecopi (en adelante, la OEE) emita un informe técnico en el que realice la estimación del beneficio económico que Delosi habría obtenido por las presuntas conductas infractoras.

6. Por escritos de fechas 25 de setiembre de 2023 y 22 de enero de 2024, Delosi reiteró lo señalado en sus descargos. Asimismo, indicó lo siguiente[7]:

Sobre la inadmisibilidad de la denuncia:

(i) La denuncia presentada por el señor Loaiza era inadmisible, debido a que no fue planteada por dicho señor en su condición de consumidor, sino por el Estudio Jurídico Loaiza & Asociados (en adelante, Estudio Loaiza), haciendo uso de todos sus recursos –como la cuenta corporativa de correo electrónico (info@loaizafirma.com), el número telefónico y domicilio del referido estudio; además de solicitar el pago de los costos del presente procedimiento–. En

---

[6] Al respecto, indicó que las "Políticas de *delivery* y atención para llevar" forma parte de los términos de uso de la referida página web —que deben ser aceptados por los consumidores al efectuar el pago del pedido—. En particular, la denunciada indicó que se informa lo siguiente en dicho documento:

> *"En las opciones del menú y/o promociones que cuentan con gaseosa, se entregará en recojo en tienda y restaurantes: gaseosa en presentación vaso. Para combos: vaso de 16 oz; Para megas; 4 vasos de 12 oz"*

[7] Adicionalmente, solicitó la realización de un informe oral. Al respecto, por Resolución 4 del 5 de marzo de 2024, la Comisión denegó dicho pedido, al considerar que contaba con todos los elementos para resolver el presente caso.

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

ese sentido, no correspondía que se haya pagado la tasa por denuncia de S/ 108.00 (aplicable a consumidores), sino que debió pagarse la tasa por denuncia ascendente S/ 1 415.17, a fin de evitar un abuso de derecho.

Sobre la caducidad del procedimiento

(ii) Solicitó que se declare la caducidad del procedimiento, debido a que el 23 de octubre de 2023 había vencido el plazo de 195 días hábiles con los que contaba la Comisión para resolver.

(iii) La suspensión del procedimiento dispuesta mediante la Resolución 2 no tiene efectos sobre el cómputo del plazo de caducidad, en tanto dicha figura no admite la suspensión, salvo por una norma con rango de ley –lo que no ocurrió en el presente caso–. En efecto, dicha suspensión se sustentó en el artículo 30 del Decreto Supremo 009-2009-PCM, Reglamento de Organización y Funciones del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual – INDECOPI (en adelante, el Decreto Supremo 009-2009-PCM); sin embargo, dicha norma tiene rango infra legal. Además, el mencionado decreto supremo fue publicado antes que el Decreto Legislativo 1272 –norma que introdujo la figura de la caducidad al ordenamiento peruano–.

(iv) Asimismo, se debe tener en cuenta que el artículo 247 del Texto Único Ordenado de la Ley 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General, aprobado por Decreto Supremo 004-2019-JUS (en adelante, el TUO de la LPAG) establece que las regulaciones o procedimientos especiales no pueden imponer condiciones menos favorables a aquellas establecidas en dicho cuerpo normativo. Por lo tanto, en ningún caso el Decreto Supremo 009-2009-PCM podría establecer un supuesto de suspensión del plazo de caducidad.

(v) Sin perjuicio de lo anterior, aún si se admitiese la aplicabilidad del artículo 30 del Decreto Supremo 009-2009-PCM para suspender el plazo de caducidad, dicha suspensión no podría superar el plazo de siete (7) días hábiles establecido en el numeral 3 del artículo 143 del TUO de la LPAG. Así, incluso en el referido supuesto, el procedimiento habría excedido el plazo para que la Comisión se pronuncie, el cual habría vencido el 6 de noviembre de 2023.

Sobre el presunto acto de engaño imputado

(vi) Además de que la información cuestionada no califica como publicidad, se debe considerar que tampoco genera una impresión falaz frente a los consumidores. Lo anterior, debido a que, además de lo indicado en sus

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

descargos, (a) no existe una obligación para que Delosi tenga que brindar el mismo contenido en las distintas presentaciones de entrega de sus productos; y, (b) los consumidores tienen plena libertad de elección en base a la información brindada oportunamente.

(vii) Desde el 31 de agosto de 2023 uniformizaron la presentación de las bebidas –en botella–, tanto para las compras en *delivery* como para la modalidad de recojo en tienda[8].

7. El 23 de febrero de 2024, la OEE emitió el Informe 0023-2024-OEE/INDECOPI. Con base en ello, a través de la Resolución 3 del 5 de marzo de 2024, la Comisión levantó la suspensión del procedimiento.

8. Mediante Resolución 026-2024/CCD-INDECOPI del 5 de marzo de 2024, la Comisión declaró fundada la denuncia presentada por el señor Loaiza contra Delosi por la realización de actos de engaño a través de la difusión de publicidad en su página web, sin contar con las pruebas que acrediten su veracidad[9]. Al respecto, la primera instancia sancionó a Delosi con una multa total de tres punto noventa y cuatro (3.94) UIT, conforme al siguiente detalle[10]:

- Uno punto ciento noventa y siete (1.197) Unidades Impositivas Tributarias (en adelante, UIT) por el anuncio: “Mega Gigante 14 piezas”.
- Uno punto ciento noventa y siete (1.197) UIT por el anuncio: “Mega Poderoso 12 piezas”.
- Uno punto ciento noventa y siete (1.197) UIT por el anuncio: “Mega Recargado 10 piezas”.
- Cero punto cero ochenta y siete (0.087) UIT por el anuncio: “Combo Strips”.
- Cero punto cero ochenta y siete (0.087) UIT por el anuncio: “Combo Classic”.
- Cero punto cero ochenta y siete (0.087) UIT por el anuncio: “Combo 6 Hot Wings”.
- Cero punto cero ochenta y siete (0.087) UIT por el anuncio: “Combo 6 Nuggets”.

---

8 A fin de acreditar ello, adjuntó un acta de constatación notarial del 28 de noviembre de 2023, en la cual se detalla el procedimiento de compra de un pedido en la modalidad de recojo en tienda, apreciándose la entrega de botellas.

9 Adicionalmente, la Comisión ordenó a Delosi lo siguiente: (i) que asuma el pago de las costas y costos incurridos por el señor Loaiza en el trámite del procedimiento; (ii) la inscripción de dicha empresa en el Registro de Infractores creado por la Comisión; y, (iii) que Delosi cumpla con lo dispuesto en un plazo no mayor de tres (3) días hábiles, contados desde que la Resolución 0026-2024/CCD-INDECOPI quede consentida o, en su caso, sea confirmada en segunda instancia.

10 Cabe precisar que el monto de las referidas multas corresponde a la rectificación de oficio efectuada por la Comisión, mediante Resolución 7 del 19 de marzo de 2024, en tanto se había incurrido en un error material.

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

9. La primera instancia sustentó su decisión en los siguientes fundamentos:

Sobre la alegada inadmisibilidad de la denuncia

(i) Si bien Delosi indicó que existen indicios que demostrarían que el señor Loaiza presentó la denuncia en representación del Estudio Loaiza, aquellos no eran suficientes para sustentar la referida alegación. Por el contrario, dichos indicios evidencian que aquel estudio habría asumido la representación del mencionado señor. En ese sentido, no resulta necesario requerir el pago de la tasa por denuncia correspondiente a S/ 1 415.17.

Sobre la alegada caducidad del procedimiento administrativo

(ii) La suspensión del presente procedimiento estuvo debidamente sustentada en el hecho de que la primera instancia requería que la OEE, en el marco de sus facultades, emita un informe técnico con el análisis económico respecto del impacto que habrían tenido las conductas cuestionadas, a fin de coadyuvar al pronunciamiento final. Lo anterior, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 30 del Decreto Supremo 009-2009-PCM y sus modificatorias, así como en el artículo 65 del Decreto Legislativo 807, Ley sobre Facultades, Normas y Organización del Indecopi. Por lo cual, teniendo en cuenta que solo transcurrieron ciento cuarenta y tres (143) días hábiles desde el inicio del procedimiento, no operó la caducidad administrativa.

Sobre la comisión de actos de engaño

(iii) La información e imágenes objeto de evaluación constituyen publicidad, debido a que han sido susceptibles de incentivar la adquisición de los productos cuestionados –no solo para informar sobre las características de dichos productos–.

(iv) De un análisis superficial e integral de la publicidad cuestionada, se aprecia que contiene mensajes objetivos, que dan a entender lo siguiente:

(a) Los “Mega Gigante 14 piezas”, “Mega Poderoso 12 piezas” y “Mega Recargado 10 piezas” –que se recogen en tienda– incluirían una bebida de 1.5 litros, la cual sería presentada en (4) vasos regulares. Lo anterior, se veía reforzado con la imagen de una gaseosa de 1.5 litros, acompañada de la siguiente información: *“(…) Bebida 1.5 L (Para recojo en tienda se entregarán 4 vasos de bebidas regulares)”.*

(b) Los “Combo Strips”, “Combo Classic”, “Combo 6 Hot Wings” y “Combo 6 Nuggets” –que se recogen en tienda– incluirían una bebida personal

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

de 500 mililitros, la cual sería presentada en (1) un vaso grande. Lo anterior se veía reforzado con la imagen de una gaseosa de tamaño personal, acompañada de la siguiente información: *"(…) Bebida personal (Para recojo en tienda se reemplaza por 1 vaso de bebida grande)".*

(v) La información proporcionada por Delosi en sus "Políticas de *delivery* y atención para llevar" no fue consignada en la publicidad cuestionada; por lo que aquella información no tiene incidencia en el análisis de la referida publicidad. Asimismo, debe tenerse en consideración que la información complementaria proporcionada por el anunciante no puede ser contradictoria al mensaje publicitario principal.

(vi) De la valoración del expediente, se desprende que los mensajes materia de análisis inducen a error a los consumidores, en tanto estos pensarían que Delosi les ofrecería –para recojo en tienda– una bebida de 1.5 litros (en el caso de los Megas) y de 500 mililitros (en el caso de los Combos); cuando ello no sería cierto.

10. El 5 de abril de 2024, Delosi apeló la Resolución 026-2024/CCD-INDECOPI, reiterando las alegaciones planteadas en sus descargos. Asimismo, indicó lo siguiente:

<u>Sobre la validez de la Resolución 026-2024/CCD-INDECOPI</u>

(i) La Comisión vulneró el principio de debido procedimiento y el deber de motivación de las resoluciones –desarrollados en el numeral 4 del artículo 3 y en los numerales 6.1 y 6.3 del artículo 6 del TUO de la LPAG–, al incurrir en una motivación insuficiente. De igual manera se vulneró el principio de verdad material –contenido en el numeral 1.11 del artículo IV del Título Preliminar de la citada norma–, al no actuar las pruebas necesarias para sustentar adecuadamente que no existían suficientes indicios de que el Estudio Loaiza haya interpuesto la denuncia en este caso[11].

(ii) La primera instancia no se pronunció sobre todos sus argumentos de defensa planteados en su escrito del 22 de enero de 2024[12], referidos a la

[11] Sobre el particular, a modo de ejemplo, Delosi indicó que la Comisión pudo requerir al señor Loaiza el comprobante del pago realizado al Estudio Loaiza para asumir su representación dentro del procedimiento.

[12] Al respecto, indicó que la Comisión no se pronunció sobre las siguientes alegaciones: (i) que el TUO de la LPAG no permite la suspensión de la caducidad bajo ningún supuesto; (ii) que la Comisión pretendería amparar su posición en una norma de carácter infra legal (Decreto Supremo 009-2019-PCM); (iii) que la jurisprudencia y doctrina eran claras en exponer los motivos por los cuales la caducidad no podía ser suspendida; y, (iv) que, incluso adoptando la posición de la Comisión, el procedimiento no podría permanecer más de siete (7) días hábiles suspendido para la emisión de un informe.

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

presunta caducidad del procedimiento. Por lo tanto, la resolución apelada deviene en nula por afectación del requisito de objeto de los actos administrativos, de conformidad con los artículos 5 y 10 del TUO de la LPAG.

(iii) El contenido de la información objeto de evaluación no induce a error a los consumidores, debido a que precisa la cantidad de bebida que corresponde a cada modalidad (*Delivery* o recojo), de manera previa a la realización de la compra. De igual manera, la información contenida en las "Políticas de *delivery* y atención para llevar" de su página web no resulta contradictoria al mensaje publicitario principal, sino que la complementa.

II. CUESTIONES EN DISCUSIÓN

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

(i) Si correspondía admitir a trámite la denuncia presentada por el señor Loaiza;

(ii) si la Resolución 026-2024/CCD-INDECOPI ha incurrido en alguno de los vicios alegados por la denunciada;

(iii) si el procedimiento seguido contra Delosi ha caducado; y,

(iv) si Delosi incurrió en actos de engaño, supuesto contemplado en el artículo 8 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal.

III. ANÁLISIS DE LAS CUESTIONES EN DISCUSIÓN

III.1. Cuestiones Previas

III.1.1. Sobre los alegados vicios de la Resolución 026-2024/CCD-INDECOPI

12. El numeral 1.2 del artículo IV del Título Preliminar del TUO de la LPAG contempla el principio del debido procedimiento, que señala que los administrados gozan de todos los derechos y garantías inherentes al debido procedimiento administrativo, lo cual comprende el derecho a exponer sus argumentos, a ofrecer y producir pruebas, así como a obtener una decisión motivada y fundada en derecho[13].

[13] **DECRETO SUPREMO 004-2019-JUS. TEXTO ÚNICO ORDENADO DE LA LEY 27444, LEY DEL PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO GENERAL**
Título Preliminar
Artículo IV.- Principios del procedimiento administrativo
1. El procedimiento administrativo se sustenta fundamentalmente en los siguientes principios, sin perjuicio de la vigencia de otros principios generales del Derecho Administrativo:

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

13. A nivel jurisprudencial, se ha considerado que, entre las garantías procesales que conforman el contenido esencial del debido procedimiento, se encuentra el derecho a obtener una decisión motivada, el cual se ve vulnerado cuando una resolución se encuentra sustentada en una motivación inexistente o aparente[14].

14. De otro lado, el numeral 10.2 del artículo 10 del TUO de la LPAG establece que una de las causales de nulidad del acto administrativo es el defecto o la omisión de alguno de sus requisitos de validez, salvo que se presente alguno de los supuestos de conservación del acto a que se refiere el artículo 14 de dicha norma[15].

15. Al respecto, el artículo 3 de la referida norma prevé los requisitos de validez de los actos administrativos, siendo uno de ellos la motivación del acto. Así, de acuerdo con el numeral 4 de dicho artículo, el acto administrativo debe estar debidamente motivado en proporción a su contenido y conforme al ordenamiento jurídico[16]. Adicionalmente, el artículo 6 del mencionado cuerpo normativo establece que la

---

(…)
1.2. Principio del debido procedimiento. - Los administrados gozan de los derechos y garantías implícitos al debido procedimiento administrativo. Tales derechos y garantías comprenden, de modo enunciativo mas no limitativo, los derechos a ser notificados; a acceder al expediente; a refutar los cargos imputados; a exponer argumentos y a presentar alegatos complementarios; a ofrecer y a producir pruebas; a solicitar el uso de la palabra, cuando corresponda; a obtener una decisión motivada, fundada en derecho, emitida por autoridad competente, y en un plazo razonable; y, a impugnar las decisiones que los afecten.
La institución del debido procedimiento administrativo se rige por los principios del Derecho Administrativo. La regulación propia del Derecho Procesal es aplicable solo en cuanto sea compatible con el régimen administrativo.
(…)

14 En efecto, en la sentencia emitida en el Expediente 00728-2008-PHC/TC, el Tribunal Constitucional manifestó lo siguiente:

> **SENTENCIA RECAÍDA EN EL EXPEDIENTE 00728-2008-PHC/TC**
> *"Inexistencia de motivación o motivación aparente. Está fuera de toda duda que se viola el derecho a una decisión debidamente motivada cuando la motivación es inexistente o cuando la misma es solo aparente, en el sentido de que no da cuenta de las razones mínimas que sustentan la decisión o de que no responde a las alegaciones de las partes del proceso, o porque solo intenta dar un cumplimiento formal al mandato, amparándose en frases sin ningún sustento fáctico o jurídico".*

15 **DECRETO SUPREMO 004-2019-JUS. TEXTO ÚNICO ORDENADO DE LA LEY 27444, LEY DEL PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO GENERAL**
Artículo 10.- Causales de nulidad
Son vicios del acto administrativo, que causan su nulidad de pleno derecho, los siguientes:
(…)
2. El defecto o la omisión de alguno de sus requisitos de validez, salvo que se presente alguno de los supuestos de conservación del acto a que se refiere el artículo 14.
(…)

16 **DECRETO SUPREMO 004-2019-JUS. TEXTO ÚNICO ORDENADO DE LA LEY 27444, LEY DEL PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO GENERAL**
Artículo 3.- Requisitos de validez de los actos administrativos
Son requisitos de validez de los actos administrativos:
(…)
4. Motivación. - El acto administrativo debe estar debidamente motivado en proporción al contenido y conforme al ordenamiento jurídico.
(…)

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

motivación debe ser expresa, mediante una relación concreta y directa de los hechos probados relevantes del caso específico, e incluir una exposición de las razones jurídicas y normativas que justifican la decisión adoptada[17].

16. Cabe mencionar que el Tribunal Constitucional, en la sentencia recaída en el Expediente 1230-2002- HC/TC, ha señalado que el derecho a la debida motivación no se ve infringido siempre que: (i) exista fundamentación jurídica; (ii) se constate la congruencia entre lo pedido y lo resuelto; y, (iii) se exprese una suficiente justificación de la decisión adoptada, aun si esta resulte breve o concisa[18].

17. Ahora bien, en su escrito de apelación, Delosi alegó que (i) se vulneró el principio de debido procedimiento y el deber de motivación de las resoluciones, ya que la Comisión no fundamentó adecuadamente porque consideró que no existían suficientes indicios de que el Estudio Loaiza había interpuesto la denuncia en este caso. Además, señaló que (ii) se había vulnerado el principio de verdad material, dado que la primera instancia no actuó pruebas adicionales para sustentar dicha decisión. Asimismo, argumentó que (iii) la Comisión no se había pronunciado sobre todas sus alegaciones acerca de que había operado la caducidad del procedimiento.

---

17 **DECRETO SUPREMO 004-2019-JUS. TEXTO ÚNICO ORDENADO DE LA LEY 27444, LEY DEL PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO GENERAL**
Artículo 6.- Motivación del acto administrativo
6.1 La motivación debe ser expresa, mediante una relación concreta y directa de los hechos probados relevantes del caso específico, y la exposición de las razones jurídicas y normativas que con referencia directa a los anteriores justifican el acto adoptado.
6.2 Puede motivarse mediante la declaración de conformidad con los fundamentos y conclusiones de anteriores dictámenes, decisiones o informes obrantes en el expediente, a condición de que se les identifique de modo certero, y que por esta situación constituyan parte integrante del respectivo acto. Los informes, dictámenes o similares que sirvan de fundamento a la decisión, deben ser notificados al administrado conjuntamente con el acto administrativo.
6.3 No son admisibles como motivación, la exposición de fórmulas generales o vacías de fundamentación para el caso concreto o aquellas fórmulas que por su oscuridad, vaguedad, contradicción o insuficiencia no resulten específicamente esclarecedoras para la motivación del acto.
No constituye causal de nulidad el hecho de que el superior jerárquico de la autoridad que emitió el acto que se impugna tenga una apreciación distinta respecto de la valoración de los medios probatorios o de la aplicación o interpretación del derecho contenida en dicho acto. Dicha apreciación distinta debe conducir a estimar parcial o totalmente el recurso presentado contra el acto impugnado.
(…)

18 **SENTENCIA RECAÍDA EN EL EXPEDIENTE 1230-2002-HC/TC**
"La Constitución no garantiza una determinada extensión de la motivación, por lo que su contenido esencial se respeta siempre que exista fundamentación jurídica, congruencia entre lo pedido y lo resuelto y, por sí misma, exprese una suficiente justificación de la decisión adoptada, aun si esta es breve o concisa, o se presenta el supuesto de motivación por remisión.
Tampoco garantiza que, de manera pormenorizada, todas las alegaciones que las partes puedan formular dentro del proceso sean objeto de un pronunciamiento expreso y detallado. En materia penal, el derecho en referencia garantiza que la decisión expresada en el fallo sea consecuencia de una deducción razonable de los hechos del caso, las pruebas aportadas y la valoración jurídica de ellas en la resolución de la controversia. En suma, garantiza que el razonamiento empleado guarde relación y sea proporcionado y congruente con el problema que al juez penal corresponde resolver."

[Subrayado agregado]

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

18. En relación con el argumento del punto (i), es preciso señalar que, de la revisión de la resolución apelada, se aprecia que, luego de analizar el contenido de la denuncia del señor Loaiza y los actuados del expediente, la primera instancia concluyó que no existían indicios suficientes para afirmar que –en este caso– el Estudio Loaiza había actuado como denunciante, sino únicamente como representante de referido señor.

19. Al respecto, en dicha resolución se indicó que el texto de la denuncia del señor Loaiza permitía concluir que fue presentada por el mencionado administrado, en calidad de consumidor –y no en representación del Estudio Loaiza–. Del mismo modo, se señaló que, de la revisión de los indicios presentados por Delosi únicamente se evidenciaba que el mencionado estudio había asumido la representación de dicho señor.

20. Igualmente, también se aprecia que –en línea con lo anterior– la Comisión sustentó su decisión de denegar el pedido de Delosi, para que se declare la inadmisibilidad de la denuncia del señor Loaiza. Sobre el particular, dicho órgano resolutivo indicó que se había verificado que el referido señor cumplió todos los requisitos para admitir su denuncia –en particular, acerca del pago de la tasa respectiva, señaló que le correspondía pagar S/ 108.00, dado que formuló su denuncia como consumidor–.

21. En ese sentido, no se advierte que la Comisión haya incurrido en la presunta vulneración al principio de debido procedimiento ni al deber de motivación de las resoluciones, alegadas por el denunciante.

22. En este punto, cabe resaltar que el hecho de que Delosi pueda discrepar del análisis realizado por la Comisión con relación a los fundamentos de su pronunciamiento –lo que será analizado en los siguientes acápites de la presente resolución– no implica que la decisión de la primera instancia incurra en los presuntos vicios alegados.

23. De otro lado, respecto del argumento (ii) del numeral 17, corresponde indicar que, si bien el principio de verdad material exige que la autoridad administrativa verifique plenamente los hechos que sirven de motivo a sus decisiones, ello no implica que la administración debe actuar todos los medios probatorios que las partes consideren necesarios respecto de todas las alegaciones que realicen durante la tramitación del procedimiento[19].

---

[19] Respecto de este punto, corresponde mencionar que el numeral 26.1 del artículo 26 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal prevé que la Secretaría Técnica de la Comisión es el órgano con autonomía técnica a cargo de realizar la labor de instrucción del procedimiento sancionador por actos de competencia desleal; por lo que le corresponde llevar a cabo las actuaciones que estime necesarias para verificar las cuestiones en discusión en el procedimiento. En similar sentido, cabe señalar que la Comisión –como órgano con autonomía técnica y funcional encargado de declarar la

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

24. Asimismo, se debe tener en cuenta que, sin perjuicio del deber de la autoridad de comprobar plenamente los hechos que motivan sus decisiones, el numeral 173.2 del artículo 173 del TUO de la LPAG establece que corresponde a los administrados aportar los medios probatorios que acrediten sus alegaciones[20].

25. Conforme con lo anterior, el hecho de que la primera instancia no haya efectuado todas las actuaciones probatorias que Delosi considera necesarias para determinar que el señor Loaiza formuló (o no) la denuncia como consumidor, no implica una vulneración al principio de verdad material. Ello, más aún, dado que, haciendo referencia expresa a los indicios presentados por la propia denunciada, la Comisión concluyó que se evidenciaba que dicho señor efectivamente presentó su denuncia como consumidor. En consecuencia, corresponde desestimar la referida alegación de Delosi.

26. De otro lado, acerca del argumento (iii) del numeral 17 de la presente resolución, se debe mencionar que, contrariamente a lo señalado por la apelante, de la revisión de la Resolución 026-2024/CCD-INDECOPI, se observa que la Comisión sí motivó su decisión respecto de la alegación de Delosi acerca de la presunta caducidad del presente procedimiento.

27. Sobre el particular, si bien la primera instancia no respondió individualmente a cada una de las alegaciones formuladas por la denunciada al respecto, se aprecia que sí hizo referencia a cada una de dichas alegaciones en la resolución apelada; y, atendió, de manera colectiva, a los referidos cuestionamientos.

28. En particular, acerca de esto último, corresponde mencionar que, en la Resolución 026-2024/CCD-INDECOPI, se indicó que la suspensión del procedimiento se realizó en virtud de las facultades atribuidas legalmente a la Comisión y del carácter indispensable del informe de la OEE para la emisión de un pronunciamiento final de la primera instancia. Además, en la resolución apelada

---

existencia (o no) de un acto de competencia desleal– evalúa los medios probatorios y alegaciones obrantes en el expediente, a fin de pronunciarse sobre las materias controvertidas en el procedimiento.

Conforme con lo anterior, las autoridades a cargo del procedimiento por actos de competencia desleal no necesariamente deben actuar todos los medios probatorios solicitados por las partes acerca de todas sus alegaciones; siendo, más bien, que la determinación de las actuaciones necesarias en el procedimiento corresponde a dichas autoridades.

Sin perjuicio de lo anterior, se debe indicar que lo mencionado no obsta que la Sala, como órgano encargado de revisar los pronunciamientos de la primera instancia, pueda realizar una valoración distinta acerca de los medios de prueba del expediente, pudiendo incluso realizar actuaciones adicionales, para emitir su decisión.

20 **DECRETO SUPREMO 004-2019-JUS. TEXTO ÚNICO ORDENADO DE LA LEY 27444, LEY DEL PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO GENERAL**
Artículo 173.- Carga de la prueba
(…)
173.2 Corresponde a los administrados aportar pruebas mediante la presentación de documentos e informes, proponer pericias, testimonios, inspecciones y demás diligencias permitidas, o aducir alegaciones.

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

se indicó que cualquier cuestionamiento sobre la suspensión del procedimiento debió ser planteado oportunamente por la denunciada a través de la impugnación de la Resolución 2; sin embargo, ello no ocurrió en el presente caso.

29. Al respecto, cabe recordar que el deber de motivación de los actos administrativos no implica que la autoridad se pronuncie de manera expresa y detallada sobre cada una de las alegaciones que las partes formulen ni que se incluya un detalle pormenorizado de los medios probatorios aportados. En efecto, lo que se exige es que el acto administrativo esté debidamente motivado en proporción a su contenido, de acuerdo con los hechos relevantes invocados por las partes y el marco normativo aplicable, presentando una evaluación integral de los elementos probatorios del expediente; lo cual se verifica en el presente caso[21].

30. En ese sentido, el hecho de que la autoridad no haya respondido de manera individual a cada una de las alegaciones presentadas por la imputada no implica *per se* que su decisión resulte vaga o insuficiente. Así pues, dado que, en el presente caso, la Comisión sí desvirtuó –de manera colectiva– los argumentos de Delosi, corresponde desestimar el referido cuestionamiento.

31. Por consiguiente, contrariamente a lo señalado por Delosi, la Sala ha verificado que la Resolución 026-2024/CCD-INDECOPI no ha incurrido en los vicios alegados por dicha empresa.

III.1.2. Sobre la admisibilidad de la denuncia

32. Conforme al artículo 28 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal[22], los procedimientos en materia de competencia desleal pueden iniciarse de oficio o mediante denuncia de parte. Asimismo, el artículo 29 de dicho cuerpo normativo establece los requisitos que debe contener la denuncia de parte, señalando lo siguiente:

> ***DECRETO LEGISLATIVO 1044. LEY DE REPRESIÓN DE LA COMPETENCIA DESLEAL***
> ***Artículo 29.- Requisitos de la denuncia de parte.***
> *La denuncia de parte que imputa la realización de actos de competencia desleal deberá contener:*

---

21 Al respecto, ver nota a pie 16 de la presente resolución.

22 **DECRETO LEGISLATIVO 1044. LEY DE REPRESIÓN DE LA COMPETENCIA DESLEAL**
Artículo 28.- Formas de iniciación del procedimiento.
28.1.- El procedimiento sancionador de investigación y sanción de actos de competencia desleal se inicia siempre de oficio por iniciativa de la Secretaría Técnica.
28.2.- En el procedimiento sancionador promovido por una denuncia de parte, el denunciante es un colaborador en el procedimiento, conservando la Secretaría Técnica la titularidad de la acción de oficio. Quien presente una denuncia de parte no requerirá acreditar la condición de competidor o consumidor vinculado al denunciado, bastando únicamente que se repute afectado efectiva o potencialmente por el acto de competencia desleal que denuncia.
(…)

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

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

33. Al respecto, de la revisión del Texto Único de Procedimientos Administrativos del INDECOPI – TUPA del Indecopi, aprobado mediante Decreto Supremo 085-2010-PCM y sus modificatorias[23], se prevén las siguientes dos (2) tasas para la presentación de una denuncia por infracción a la Ley de Represión de la Competencia Desleal: (i) de S/. 1 415.17 (mil cuatrocientos quince y 17/100 soles) y (ii) de S/. 108.00 (ciento ocho y 00/100 soles).

34. Asimismo, dicha norma establece que esta última se aplica cuando se cumplen las siguientes condiciones: (i) que la denuncia sea interpuesta por la presunta comisión de actos de engaño realizados mediante publicidad, en perjuicio de los consumidores; y, (ii) que sea interpuesta por consumidores o asociaciones representantes de estos.

35. Ahora bien, en línea con lo anterior, corresponde indicar que, de no cumplirse con el pago de las respectivas tasas, se debe declarar la inadmisibilidad la denuncia; puesto que se habría incumplido uno de los requisitos contemplados en el artículo 29 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal.

36. En su escrito de apelación, Delosi indicó que la denuncia del señor Loaiza era inadmisible, dado que no había pagado la tasa ascendente a S/ 1 415.17. Lo anterior, puesto que dicha denuncia no habría sido formulada en su condición de consumidor, sino por el Estudio Loaiza. Ello, en tanto que se habrían utilizado recursos de dicho estudio jurídico, como una cuenta corporativa de correo electrónico (info@loaizafirma.com), así como su número telefónico y domicilio; además de haberse solicitado el pago de los costos del procedimiento a favor del mencionado estudio jurídico. En ese sentido, la denunciada indicó que correspondía que la Secretaría Técnica de la Comisión requiera el pago de la tasa por denuncia de S/ 1 415.17, a fin de evitar un abuso de derecho.

37. Al respecto, de la revisión del escrito de denuncia, se aprecia la consignación de datos que corresponden al Estudio Loaiza (su dirección como domicilio procesal,

---

[23] El citado TUPA fue modificado posteriormente mediante Decreto Supremo 110-2010-PCM, Resolución Ministerial 346-2011-PCM, Decreto Supremo 086-2017-PCM, Decreto Supremo 092-2018-PCM, Decreto Supremo 110-2018-PCM, Resolución 104-2019-INDECOPICOD, Resolución 028-2020-INDECOPI-COD, Resolución 053-2020-PRE-INDECOPI, Resolución 112-2020-PRE-INDECOPI, Resolución 115-2020-PREINDECOPI, Resolución 127-2020-PRE-INDECOPI, Decreto Supremo 197-2020-PCM, Resolución 081-2022-PRE-INDECOPI, Resolución 013-2023-PRE-INDECOPI y Resolución 0042-2023-PRE/INDECOPI.

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

así como correos electrónicos y un número telefónico); y, que fue firmado por el señor Loaiza con su sello de abogado. Sin embargo, lo anterior no acredita de manera fehaciente que la denuncia no haya sido presentada por el referido señor como consumidor. Por el contrario, de la lectura del referido escrito se aprecia lo siguiente:

> *"(…) JULIO RONALD LOAIZA MIRANDA, identificado con DNI N° (...), con domicilio real en (...)*
>
> ***III. Narración de los hechos que fundamentan la denuncia***
>
> *3.1. El consumidor denunciante en fecha 08 de agosto de 2022 ingresa a la página web de LA DENUNCIADA, con el fin de poder observar las promociones y que ofrece esta (sic) productos (ya sea megas o combos), ya que la página web también esta (sic) sirve para realizar pedidos de manera online y rápida, brindando determinadas facilidades al consumidor (…)*
>
> *Es así que, el denunciante, realiza los actos previos a la observación de los productos que ofrece LA DENUNCIADA, como indicar si la compra del producto será por delivery o por recojo, siendo que el cliente opta por la segunda opción, (...)"*
>
> (Subrayado agregado)

38. Como se puede apreciar, de la lectura del mencionado escrito se advierte que el señor Loaiza se presenta como la persona que efectúa la denuncia, a título personal. Igualmente, se observa que señala expresamente que es un consumidor denunciante, indicando que ingresó a la página web de la imputada, a fin de revisar las promociones que ofertaba; siendo que, en ese contexto, advirtió los hechos materia de denuncia. Así pues, lo anterior denota la existencia de una potencial afectación como consumidor. Conforme con lo anterior, se evidencia que, en este caso, la denuncia fue formulada por el referido señor, como consumidor[24].

39. Por lo expuesto, corresponde desestimar los argumentos de Delosi en este extremo.

III.2. Sobre la alegada caducidad del procedimiento

III.2.1. Marco normativo de la caducidad administrativa

[24] En línea con lo anterior, cabe mencionar que, a criterio de este colegiado, no resultaba necesaria la presentación del comprobante del pago realizado al Estudio Loaiza por los servicios de representación en este procedimiento –como había alegado Delosi en su escrito de apelación–, para evidenciar que el señor Loaiza había presentado su denuncia como consumidor. Ello puesto que, conforme se indicó, de los términos de la denuncia –incluyendo la forma en la que se presenta el referido señor y la narración del contexto en el cual tomó conocimiento de la publicidad cuestionada–, se aprecia de manera suficiente que dicho señor formuló la denuncia como consumidor.

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

40. La caducidad administrativa constituye una figura jurídica que es consecuencia de la inactividad y/o paralización de la Administración Pública durante la tramitación de un procedimiento administrativo sancionador, dando lugar al archivo del expediente[25]. El motivo que originó la incorporación normativa de esta figura y su aplicación a los procedimientos administrativos sancionadores fue otorgar una salida jurídica a la falta de pronunciamiento de la autoridad pese al transcurso del tiempo. Ello, en aras de preservar las condiciones básicas de seguridad jurídica y, de este modo, evitar que un procedimiento se prolongue indefinidamente sin una solución definitiva[26].

41. Es así como el artículo 259 del TUO de la LPAG regula esta figura jurídica en los siguientes términos:

> **DECRETO SUPREMO 004-2019-JUS. TEXTO ÚNICO ORDENADO DE LA LEY 27444, LEY DEL PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO GENERAL**
> ***"Artículo 259.- Caducidad administrativa del procedimiento sancionador***
> *1. El plazo para resolver los procedimientos sancionadores iniciados de oficio es de nueve (9) meses, contado desde la fecha de notificación de la imputación de cargos. Este plazo puede ser ampliado de manera excepcional, como máximo por tres (3) meses, debiendo el órgano competente emitir una resolución debidamente sustentada, justificando la ampliación del plazo, previo a su vencimiento. La caducidad administrativa no aplica al procedimiento recursivo.*
> *Cuando conforme a ley las entidades cuenten con un plazo mayor para resolver la caducidad operará al vencimiento de este.*
> *2. Transcurrido el plazo máximo para resolver, sin que se notifique la resolución respectiva, se entiende automáticamente caducado administrativamente el procedimiento y se procederá a su archivo.*
> *(…)"*
> (Subrayado agregado)

42. Como se aprecia, por regla general, el plazo para resolver los procedimientos administrativos sancionadores es de nueve (9) meses, contados desde la fecha de notificación de la imputación de cargos, el cual es susceptible de ser ampliado por tres (3) meses adicionales, mediante una debida motivación. Si el plazo de nueve (9) meses transcurriera –o, de ser el caso, su ampliación– sin que se

---

25 "La caducidad de la instancia es una técnica introducida en el Derecho procesal español a finales del siglo XIX al objeto de superar el viejo criterio de que la acción ejercitada en juicio no prescribe nunca, lo que permitía mantener paralizados procesos por plazos superiores a los previstos para la prescripción de las correspondientes acciones, generándose así «pleitos más que centenarios, que los herederos del demandado se veían obligados a continuar» (V. SILVA MELERO, 1951: 507)". LÓPEZ RAMÓN, Fernando. En: Revista de Administración Pública ISSN: 0034-7639, núm. 194, Madrid, mayo-agosto (2014), págs. 11-47.

26 En la Exposición de Motivos del Decreto Legislativo 1272 se señaló lo siguiente:

> *"**I.11.3.5 Nuevas pautas sobre la caducidad del procedimiento administrativo sancionador (Artículo 237-A)***
> *La necesidad de darle una salida distinta al mero transcurso del tiempo ante la falta de pronunciamiento ante un procedimiento sancionador en trámite llevó al establecimiento de la caducidad frente a estos casos. (…)*
> *Así, en aras de preservar condiciones básicas de seguridad jurídica, se establecen ciertas pautas a seguir que buscan cerrar una situación para que esta no quede indefinidamente sin una solución definitiva."*

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

notifique la resolución respectiva, operará la caducidad administrativa y se procederá al archivo del procedimiento.

43. No obstante, la referida disposición también indica que, en el caso de aquellas entidades cuyo procedimiento administrativo se encuentre regulado en una ley especial que establezca un plazo mayor para resolver, la caducidad operará al vencimiento de este último plazo.

III.2.2. Sobre el plazo máximo para resolver el procedimiento sancionador por actos de competencia desleal

44. Conforme con lo indicado, en aquellos procedimientos administrativos sancionadores cuya ley especial establezca un plazo para resolver mayor a nueve (9) meses, este último será el aplicable para determinar la caducidad administrativa.

45. Ahora bien, dado que el procedimiento administrativo sancionador en materia de represión de actos de competencia desleal cuenta con una ley especial –esto es, la Ley de Represión de la Competencia Desleal– corresponde verificar si esta norma legal contempla un plazo para que la autoridad competente (es decir, la Comisión) emita su pronunciamiento final en el referido procedimiento.

46. Al respecto, la referida Ley no prevé un plazo global con el que cuente la autoridad para resolver el procedimiento administrativo sancionador que regula, pero sí contiene plazos determinados para cada una de las etapas que integran este procedimiento.

47. Con relación a este punto, la Dirección General de Desarrollo y Ordenamiento Jurídico[27] del Ministerio de Justicia y Derechos Humanos (en adelante, el Minjus) ha manifestado, ante una consulta efectuada por el Indecopi relacionada con el plazo del procedimiento administrativo sancionador que se tramita de conformidad con el Decreto Legislativo 1034, Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas[28], que, si bien la referida norma legal no establece un plazo

---

27 Actualmente, la Dirección General de Desarrollo Normativo y Calidad Regulatoria (DGDNCR).

28 Consulta Jurídica 15-2017/JUS/DGDNCR del 4 de julio de 2017. Esta consulta fue emitida en respuesta al requerimiento realizado por la Presidencia del Consejo Directivo del Indecopi mediante Carta 216-2017/PRE-INDECOPI, que solicitó a la referida dirección general opinión sobre los alcances del artículo 237-A de la Ley 27444 –cuyo texto corresponde actualmente al artículo 259 del TUO de la referida ley– y los procedimientos tramitados bajo el Decreto Legislativo 1034, Ley de Represión de la Conductas Anticompetitivas.

CONSULTA JURÍDICA 15-2017-JUS/DGDNCR DEL 4 DE JULIO DE 2017

"*14. El título V del Decreto Legislativo 1034, se encarga de regular el procedimiento administrativo sancionador en materia de represión de conductas anticompetitivas. Si bien dicho título no establece de forma precisa el plazo de*

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

determinado para resolver, este podía inferirse del período dispuesto para cada una de sus etapas procedimentales. Así, el Minjus indicó que, en tanto esta ley especial contemplaba un plazo para resolver mayor a nueve (9) meses, la caducidad operaría al término del plazo previsto en dicha norma legal.

48. De manera similar a la norma que fue objeto de consulta, la Ley de Represión de la Competencia Desleal tampoco prevé un plazo global para la emisión de una resolución final; sin embargo, sí establece plazos para cada una de las etapas procedimentales que tienen lugar en el desarrollo del procedimiento administrativo sancionador que se tramita con base en la referida ley. Por tal motivo, lo señalado por el Minjus resulta plenamente aplicable al trámite de los procedimientos administrativos sancionadores en materia de represión de actos de competencia desleal.

49. De la sumatoria de los plazos previstos para las diferentes etapas del procedimiento administrativo sancionador orientado a la represión de actos de competencia desleal[29] –desde la notificación de la resolución de imputación de cargos hasta la notificación de la resolución final[30]–, se obtiene como resultado que la autoridad cuenta con un plazo para resolver de ciento noventa y cinco (195) días hábiles, el cual es **mayor** al plazo general para resolver de nueve (9) meses, dispuesto en el artículo 259 del TUO de la LPAG.

50. Por lo anterior, conforme ha indicado esta Sala en anteriores oportunidades[31], se concluye que el plazo para resolver de ciento noventa y cinco (195) días hábiles,

---

caducidad del procedimiento sancionador, este plazo lo podemos sacar del iter procedimental establecida en la citada norma.

(…)

20. El segundo párrafo del numeral 1 del artículo 257 del TUO de la Ley 27444 hace suponer que si el plazo parar (sic) resolver el procedimiento establecido en la ley especial es mayor a los nueve (9) meses más su ampliación, entonces la caducidad del procedimiento sancionador operará al término de dicho plazo especial.

21. Ahora bien, de un análisis comparativo entre el numeral 1 del artículo 257 del TUO de la Ley 27444 y lo regulado en el Decreto Legislativo 1034, se logra advertir [que] los plazos establecidos para tramitar el procedimiento administrativo sancionador en materia de libre competencia superan los plazos de caducidad regulados en el referido TUO. Por tanto, esta Dirección General considera que el plazo para declarar la caducidad del citado procedimiento sancionador será el plazo máximo para resolver establecido en el Decreto Legislativo 1034, en su condición de ley especial, ello en virtud del segundo párrafo del numeral 1 del artículo 257 del TUO de la Ley 27444.

(…)"

29 Entre los cuales se encuentra el plazo para presentar descargos, el período de prueba, entre otros, hasta la notificación de la resolución final. Estos plazos se encuentran establecidos en los artículos 31, 32, 35, 41, 42, 43, 44 y 45 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal.

30 De acuerdo con el numeral 1 del artículo 259 del TUO de la LPAG, el plazo para resolver el procedimiento sancionador, para los fines de la caducidad administrativa, se computa desde la notificación de la imputación de cargos. Además, de acuerdo con el numeral 2 de dicho artículo, la caducidad operará cuando transcurra el plazo para resolver sin que se notifique la resolución respectiva.

31 Al respecto, ver las Resoluciones 0167-2021/SDC-INDECOPI del 25 de noviembre de 2021, 0084-2022/SDC-INDECOPI del 31 de mayo de 2022, 0068-2023/SDC-INDECOPI del 6 de junio de 2023 y 0103-2024/SDC-INDECOPI del 11 de junio de 2024.

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

que se deriva de la Ley de Represión de la Competencia Desleal, será aplicable a fin de determinar si ha operado la caducidad administrativa, el cual se contabilizará desde la fecha de inicio del presente procedimiento –fecha de notificación de la resolución de imputación de cargos– hasta la fecha notificación de la resolución final de la primera instancia. Por consiguiente, si se verifica que transcurrió este plazo sin que la autoridad haya resuelto la materia controvertida y notificado su pronunciamiento, la caducidad administrativa habrá quedado configurada.

51. En virtud de lo expuesto, a continuación, se analizará si transcurrieron más de ciento noventa y cinco (195) días hábiles desde la fecha de notificación de la imputación de cargos hasta la fecha de notificación de la Resolución 0026-2024/CCD-INDECOPI; y, por tanto, si había operado la caducidad administrativa.

III.2.3. Aplicación al presente caso

52. En su escrito de apelación, Delosi alegó que el 23 de octubre de 2023 caducó el plazo de 195 días hábiles con el que contaba la Comisión para resolver. Lo anterior, en tanto que (i) dicha figura no admite suspensión alguna, salvo por una norma con rango de ley –lo cual no se cumple en este caso, ya que el Decreto Supremo 009-2009-PCM (que sustentó la suspensión en el presente procedimiento) es una norma de rango infra legal–; (ii) además, incluso dicho decreto supremo fue publicado antes que el Decreto Legislativo 1272 –que introdujo la figura de la caducidad al marco normativo peruano–.

53. Asimismo, señaló (iii) que las regulaciones especiales no pueden establecer menores derechos que aquellos señalados en el TUO de la LPAG. De igual manera, indicó que, (iv) aunque se admita la aplicabilidad del Decreto Supremo 009-2009-PCM, dicha suspensión no podría superar el plazo de siete (7) días hábiles establecido en el numeral 3 del artículo 143 del TUO de LPAG.

54. De la revisión de los actuados en el presente procedimiento, se advierte que, mediante Resolución s/n de fecha 19 de diciembre de 2022, la Secretaría Técnica de la Comisión admitió a trámite la denuncia del señor Loaiza e imputó a Delosi la presunta realización de actos de engaño. Dicha resolución fue notificada a la imputada el 9 de enero de 2023[32]. Por lo tanto, el inicio del cómputo del plazo para la tramitación del procedimiento comenzó el 10 de enero de 2023.

55. En atención a lo anterior, corresponde que esta Sala verifique si, a la fecha en que la Comisión notificó la Resolución 0026-2024/CCD-INDECOPI (14 de marzo de 2023[33]), ya se había excedido el plazo con el que contaba para resolver el

[32] Conforme se aprecia en la cédula de notificación dirigida a Delosi del 5 de enero de 2023 (ver a fojas 15 y 16 del expediente).

[33] Ver a fojas 222 del expediente.

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

presente procedimiento (195 días hábiles); y, por lo tanto, si había operado la caducidad administrativa.

56. Para efectos del referido cómputo, es oportuno mencionar que, mediante Resolución 2 del 8 de agosto de 2023[34], la Comisión suspendió el procedimiento hasta que la OEE emita el informe en el que determine el beneficio económico que habría obtenido Delosi por la realización de las conductas imputadas y envíe dicho informe a la Secretaría Técnica de la Comisión[35]. Cabe indicar que, desde la notificación de la imputación de cargos hasta la fecha de emisión de la referida Resolución 2, transcurrieron ciento cuarenta y dos (142) días hábiles.

57. El 23 de febrero de 2024, la Secretaría Técnica de la Comisión recibió el referido informe de la OEE (Informe 0023-2024-OEE/INDECOPI). Con base en ello, por Resolución 3 del 5 de marzo de 2024, la Comisión declaró el levantamiento de la suspensión del procedimiento, disponiendo su continuación. De lo indicado, se observa que el procedimiento se reanudó el 26 de febrero de 2024, día hábil siguiente al envío del mencionado informe a la Secretaría Técnica de la Comisión por parte de la OEE[36].

58. Por último, la notificación de la Resolución 0026-2024/CCD-INDECOPI del 5 de marzo de 2024 a Delosi se llevó a cabo el 14 de marzo de dicho año. En ese sentido, corresponde contabilizar si hasta esa fecha había transcurrido el plazo de ciento noventa y cinco (195) días hábiles para que opere la caducidad. En suma, de la revisión de los actuados en el presente procedimiento, se advierte lo siguiente:

    (i) El plazo de tramitación del procedimiento inició el 10 de enero de 2023, día siguiente hábil a la notificación de la imputación de cargos, hasta la suspensión dispuesta por Resolución 2 del 8 de agosto de 2023.

    (ii) La suspensión del procedimiento se mantuvo desde el 9 de agosto de 2023 hasta el 23 de febrero de 2024, fecha en la que la Secretaría Técnica de la Comisión recibió el Informe 0023-2024-OEE/INDECOPI. Por tanto, el plazo de tramitación se reanudó el 26 de febrero de 2024.

---

34 Ver a fojas 58 del expediente.

35 **RESOLUCIÓN 2 DEL 8 DE AGOSTO DE 2023**
"(…)
4. DECISIÓN DE LA COMISIÓN
***SUSPENDER DE OFICIO** la tramitación del presente procedimiento hasta que la Oficina de Estudios Económicos del Indecopi emita el informe en el que se determine el beneficio económico que pudo haber obtenido Delosi S.A. por los hechos cuestionados; y, lo remita a la Secretaría Técnica de la Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal.*
(…)"

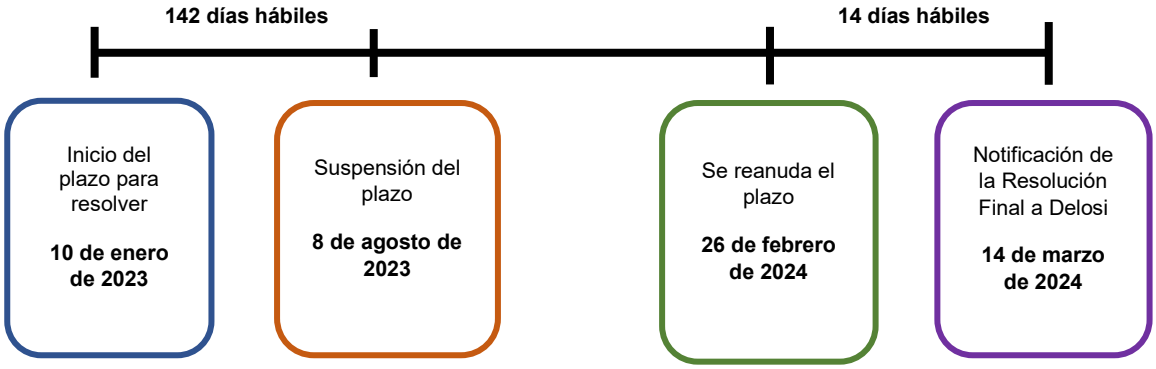
36 De conformidad con lo dispuesto en la citada Resolución 2 del 8 de agosto de 2023, el procedimiento estaría suspendido hasta que la OEE emita el informe solicitado y lo remita a la Secretaría Técnica de la Comisión.

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

(iii) El 5 de marzo de 2024, la Comisión emitió su decisión final a través de la Resolución 0026-2024/CCD-INDECOPI, la cual fue notificada a Delosi el 14 de marzo de 2024.

59. Lo anterior puede ser apreciado gráficamente en la siguiente línea de tiempo, en la cual se detalla el período acontecido entre las referidas actuaciones, a efectos de determinar si transcurrió la integridad del plazo legal para resolver sin que se emita un pronunciamiento, y así determinar una eventual aplicación de la caducidad administrativa:

Cómputo del plazo de tramitación del procedimiento



60. Como se aprecia en el gráfico previo, la notificación de la Resolución 0026-2024/CCD-INDECOPI se efectuó en el día hábil ciento cincuenta y seis (156), contado desde el inicio del procedimiento[37]. De este modo, la referida actuación que significó la culminación del procedimiento administrativo ante la Comisión se efectuó dentro del plazo máximo de ciento noventa y cinco (195) días hábiles, que establece la Ley de Represión de la Competencia Desleal para que la autoridad competente emita y notifique su pronunciamiento.

61. Ahora bien, conforme se indicó, Delosi alegó que se había suspendido indebidamente el plazo de caducidad en el presente procedimiento, en atención a los argumentos indicados en los numerales 52 y 53 de la presente resolución.

62. Al respecto, cabe recordar que la caducidad administrativa constituye una figura legal que procura evitar que un procedimiento administrativo sancionador se prolongue indefinidamente sin justificación alguna, en aras de salvaguardar la seguridad jurídica con la que cuenta un administrado para la emisión de un pronunciamiento dentro del plazo correspondiente. En atención a ello, el cómputo

[37] Para el cómputo del plazo, no se han tomado en cuenta los días 6, 7 y 28 de abril, 1 de mayo, 29 y 30 de junio, 27 y 28 de julio de 2023, en tanto corresponden a feriados o días no laborables para el sector público a nivel nacional.

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

del plazo de la caducidad está sujeto al transcurso del tiempo que la autoridad ha tenido la posibilidad de emitir un pronunciamiento que resuelva el asunto sometido a su conocimiento.

63. Por lo anterior, el periodo durante el cual el presente procedimiento se encontraba suspendido no podía ser contabilizado dentro del plazo que la Comisión tuvo para resolver. En mérito a ello, tampoco correspondía considerar dicho período –en el cual estuvo suspendido el procedimiento– dentro del plazo para la configuración de la caducidad del presente procedimiento.

64. Sobre el particular, cabe recordar que, a través de la Resolución 2 del 8 de agosto de 2023, la Comisión suspendió la tramitación del procedimiento, alegando la aplicación del artículo 30 del Decreto Supremo 009-2009-PCM[38]. No obstante, las partes –incluyendo a la denunciada– no impugnaron la referida resolución en su oportunidad; por lo que, dicho acto ha quedado firme[39].

65. En ese sentido, si bien Delosi ha cuestionado la base legal que sustentó la suspensión del procedimiento, y que dicha suspensión haya superado el plazo establecido en el numeral 3 del artículo 143 del TUO de la LPAG, en tanto la Resolución 2 –a través de la cual se dispuso la suspensión del procedimiento– ha quedado firme, no corresponde que dichos cuestionamientos sean analizados en el presente pronunciamiento.

66. En atención a las consideraciones expuestas, corresponde desestimar lo alegado por Delosi con relación a que habría operado la caducidad administrativa de este procedimiento.

III.3. Sobre la calificación del anuncio cuestionado como publicidad

67. En apelación, Delosi manifestó que la información materia de cuestionamiento no constituye publicidad, toda vez que es neutral y tiene como único objetivo el informar a los potenciales consumidores acerca de las características de sus

---

38 **DECRETO SUPREMO 009-2009-PCM. DECRETO SUPREMO QUE APRUEBA EL REGLAMENTO DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES DEL INDECOPI**
Artículo 30.- Informes previos
Cuando el pronunciamiento de un Órgano Resolutivo de Procedimientos Sumarísimos de Protección al Consumidor, o de una Comisión o Dirección, requiera del previo pronunciamiento de otro de los órganos que conforman la estructura orgánica del INDECOPI, se suspenderá el trámite del primero, el mismo que continuará una vez emitido el pronunciamiento solicitado.

39 **DECRETO SUPREMO 004-2019-JUS. TEXTO ÚNICO ORDENADO DE LA LEY 27444, LEY DEL PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO GENERAL**
Artículo 222.- Acto firme
Una vez vencidos los plazos para interponer los recursos administrativos se perderá el derecho a articularlos quedando firme el acto.

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

productos (precios, cantidad de piezas, tamaño de los complementos y el detalle de las bebidas), más no persuadirlos para adquirirlos.

68. De conformidad con lo anterior, corresponde evaluar si la información cuestionada –contenida en la página web https://www.kfc.com.pe/– califica como publicidad. Para ello, se debe tomar en cuenta la definición establecida en el literal d) del artículo 59 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal.

> **Decreto Legislativo 1044. Ley de Represión de la Competencia Desleal**
> ***Artículo 59.- Definiciones***
> *Para efectos de esta Ley se entenderá por:*
> *(…)*
> *"d) Publicidad: a toda forma de comunicación difundida a través de cualquier medio o soporte, y objetivamente apta o dirigida a promover, directa o indirectamente, la imagen, marcas, productos o servicios de una persona, empresa o entidad en el ejercicio de su actividad comercial, industrial o profesional, en el marco de una actividad de concurrencia, promoviendo la contratación o la realización de transacciones para satisfacer sus intereses empresariales;"*
>
> (Subrayado agregado)

69. De acuerdo con lo anterior, se considera publicidad a toda aquella comunicación difundida a través de cualquier medio o soporte que sea apta o dirigida a promover, directa o indirectamente, la imagen, marcas, productos o servicios de un agente económico, en el marco de una actividad de concurrencia.

70. Teniendo ello en consideración, el elemento esencial que definirá que un determinado acto comunicacional es publicidad es su vocación y aptitud para incentivar la oferta de una empresa, lo cual obviamente puede estar relacionado con la promoción de las ventas del producto o servicio anunciado[40]. Así, si un acto comunicacional exalta y/o enfatiza las características de un determinado producto o servicio, de modo que puedan resultar notorias para los consumidores, a fin de promover su contratación o compra, será considerado como publicidad.

71. Adicionalmente, se debe mencionar que toda actividad publicitaria sujeta al ámbito de la Ley de Represión de la Competencia Desleal debe estar dirigida a mantener o incrementar el posicionamiento del agente anunciante[41].

72. De la revisión del expediente se aprecia que la información objeto de evaluación es la siguiente:

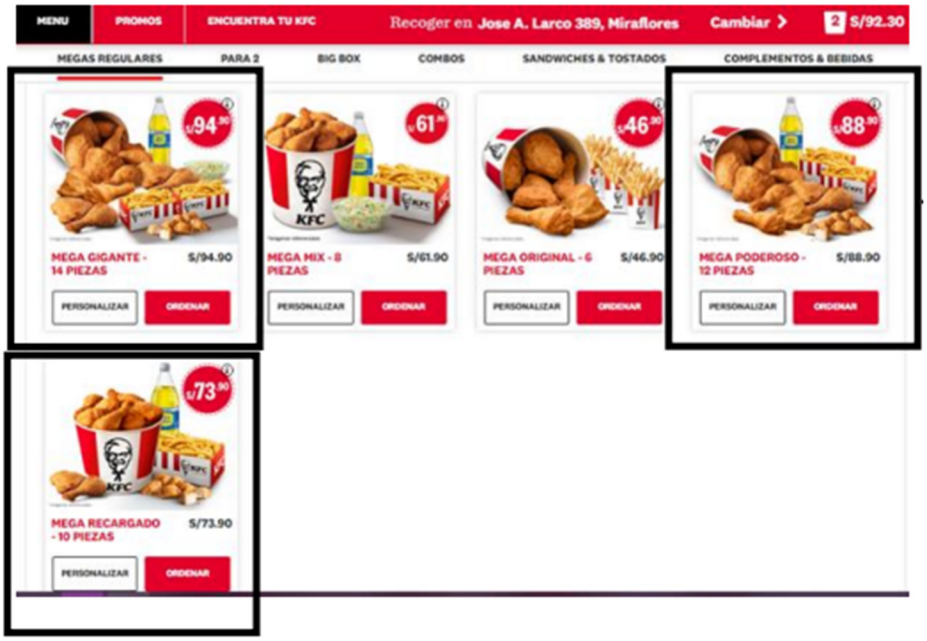
---

[40] Al respecto, ver la Resolución 181-2021/SDC-INDECOPI.

[41] Al respecto, ver las Resoluciones 738-2012/SC1-INDECOPI, 1171-2012/SC1-INDECOPI y 0024-2020/SDC-INDECOPI.

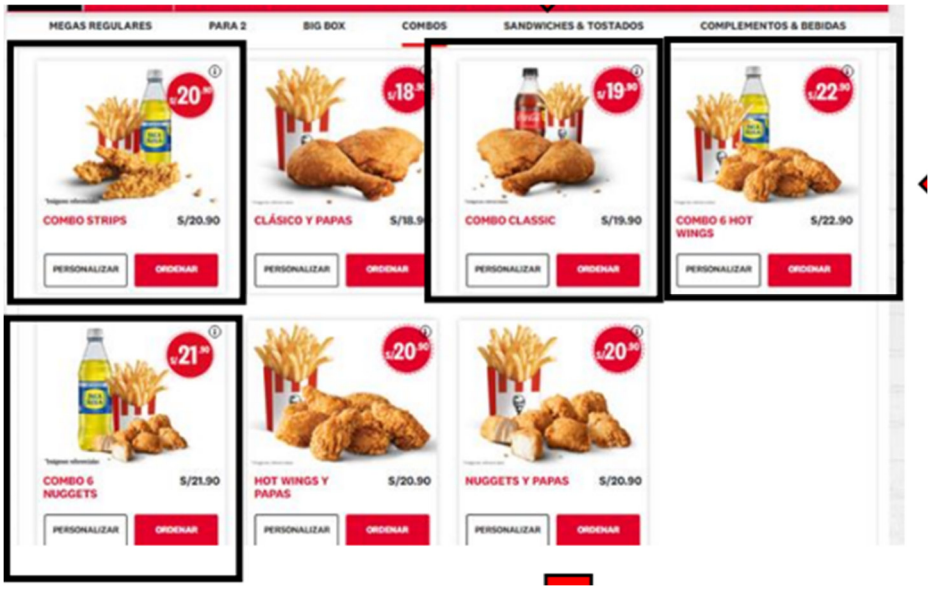
INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Calle De la Prosa 104, San Borja, Lima 41 - Perú / Telf: 224 7800
e-mail: consultas@indecopi.gob.pe / Web: www.indecopi.gob.pe

MEGAS



Fuente: Página Web de Delosi

COMBOS



Fuente: Página Web de Delosi

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

73. Ahora bien, de la revisión de las imágenes de la página web de Delosi (https://www.kfc.com.pe/), se aprecia lo siguiente:

    (i) La existencia de imágenes destacadas de cada uno de los productos que componen las ofertas de Megas y Combos (Piezas de pollo, papas, ensalada y bebidas), así como los precios de cada una.

    (ii) Al hacer clic en las imágenes correspondientes a cada uno de dichos productos, se visualiza un recuadro –con más información respecto de las características de estos y a través del cual se puede personalizar y realizar el respectivo pedido–.

    (iii) Adicionalmente, cabe resaltar que dicha información se pone al alcance de los posibles consumidores al inicio del proceso de compra.

74. De lo anterior, se observa que las imágenes de los productos y sus precios son colocados de manera llamativa en la referida página web –mediante la cual se puede realizar su compra–; lo cual objetivamente lleva a concluir que dichas comunicaciones son aptas para enfatizar las características de los productos de Delosi, y atraer las preferencias de los consumidores. En consecuencia, corresponde desestimar el argumento de la denunciada en este extremo.

III.4. Sobre los actos de engaño

III.4.1. Marco normativo

75. El numeral 8.1 del artículo 8 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal[42] 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.

76. 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.

77. 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.

[42] Ver nota al pie 2 de la presente resolución.

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

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 norma[43].

78. De otro lado, el artículo 21 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal[44] establece las pautas de enjuiciamiento e interpretación de las manifestaciones 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 es, captando 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–. Así pues, para analizar un anuncio no corresponde recurrir a interpretaciones complejas o forzadas, sino que se debe tomar en consideración el contenido y el significado común que un consumidor atribuiría a las manifestaciones contenidas en la publicidad[45].

79. Conforme con lo anterior, a efectos de determinar si se ha configurado un acto de engaño, la autoridad debe identificar el mensaje objetivo transmitido por la publicidad. Para ello, se debe considerar el significado que los posibles consumidores –y no el anunciante– razonablemente puedan atribuir al anuncio cuestionado.

80. Sobre la base de las premisas antes expuestas, y conforme lo señalado por la Sala en anteriores pronunciamientos[46], la metodología para evaluar si determinada

---

43 **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.

44 **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.

45 Lo anterior es congruente con lo indicado en los Lineamientos sobre Competencia Desleal y Publicidad Comercial aprobados mediante Resolución 001-2022-LIN-CCD/INDECOPI del 22 de diciembre de 2022. Pág.13 https://repositorio.indecopi.gob.pe/backend/api/core/bitstreams/5e3fd42a-7b79-447c-bb10-f93366394380/content (consultado el 8 de enero de 2025).

46 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

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

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 medios de prueba constituidos con anterioridad al inicio de difusión del anuncio bajo análisis, 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 se hayan constituido con anterioridad a la difusión de la publicidad respectiva, la autoridad determinará si –en efecto– tales medios probatorios demuestran la veracidad del mensaje transmitido.

III.4.2. Aplicación al caso concreto

81. Mediante Resolución 026-2024/CCD-INDECOPI, la Comisión declaró fundada la denuncia presentada por el señor Loaiza contra Delosi por la presunta comisión de actos de engaño, debido a que –a través de la publicidad cuestionada– se daría a entender a los consumidores que se les entregarían para recojo en tienda: (i) cuatro (4) vasos regulares que contienen la misma cantidad de una bebida de 1.5 litros (en el caso de los Megas); y (ii) un vaso de bebida grande que contiene la misma cantidad que una bebida personal de 500 mililitros (en el caso de los Combos), cuando ello no sería cierto.

82. En apelación, Delosi manifestó que la información objeto de evaluación no induce a error a los consumidores, debido a que en ningún momento se afirma que el contenido de las botellas sea idéntico al de los vasos. Asimismo, indicó que la cantidad de bebida que corresponde a cada modalidad (*delivery* y recojo en tienda) se precisa de manera previa a las compras –por medio del documento denominado "Políticas de *delivery* y atención para llevar" que se encuentra en su página web–. De igual manera, señaló que la información contenida en este último documento no resulta contradictoria a aquella objeto de cuestionamiento, sino que la complementa.

---

octubre de 2018, 0146-2024/SDC-INDECOPI del 17 de setiembre de 2024 y 0161-2024/SDC-INDECOPI del 21 de octubre de 2024.

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

83. Ahora bien, conforme con la metodología señalada en el acápite anterior, a efectos de determinar si se ha configurado el acto de engaño imputado, corresponde identificar los mensajes objetivos que se trasladarían mediante la publicidad cuestionada –difundida a través de la página web https://www.kfc.com.pe/–; y, con base en ello, proceder a analizar su veracidad.

84. Cabe indicar que, a fin de determinar el mensaje transmitido a través de la publicidad cuestionada, es necesario tener en cuenta que los productos de comida rápida (*fast food*) ofertados en el presente caso (Megas y Combos) se tratan de bienes experiencia (*experience goods*)[47]. Estos bienes se caracterizan porque los consumidores toman conocimiento de sus características –como sería la cantidad precisa de bebida en el presente caso– a través de la adquisición del producto, no estando dispuestos a incurrir en costos de búsqueda e investigación acerca de ellos[48] [49].

85. De una revisión integral y superficial de la publicidad imputada –descrita en el numeral 73 de la presente resolución– y en atención a la experiencia adquirida por los consumidores de dichos productos, razonablemente se puede concluir que los mensajes objetivos trasmitidos a los consumidores son los siguientes:

    (i) Respecto de los productos “Mega Gigante 14 piezas”, “Mega Poderoso 12 piezas” y “Mega Recargado 10 piezas”, para recojo en tienda, se ofrece la entrega de cuatro (4) vasos de bebidas regulares; y,

    (ii) Respecto de los productos “Combo Strips”, “Combo Classic”, “Combo 6 Hot Wings” y “Combo 6 Nuggets”, para recojo en tienda, se ofrece la entrega de un (1) vaso de bebida grande.

86. En este punto, corresponde mencionar que, si bien en la publicidad cuestionada se indica: (i) acerca de los referidos “Megas”, que estos incluyen “1 Bebida 1.5 L” (Para recojo en tienda se entregaran 4 vasos), y, (ii) respecto de los citados “Combos”, “1 Bebida Personal (Para recojo en tienda, la bebida personal se

---

47 Benz M.A. (2007). Strategies in Markets for Experience and Credence Goods. Gabler Edition Wissenschaft (Introduction) Pág 2. Recuperado en: https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-8350-9580-9_1 (consultado el 8 de enero de 2025).

48 Al respecto, ver Shy O. (1995). *Industrial Organization. Theory and Applications.* MIT Press, Cambridge. Pg 282.

49 En ese sentido, en este tipo de bienes, los consumidores estarán dispuestos a conocer las características precisas del producto, al momento de su adquisición.

En línea con lo anterior, se debe mencionar que, conforme ha señalado Ackerberg (2023), en este tipo de bienes (de experiencia), los consumidores que han tenido una experiencia adquiriéndolos conocen sus características observables y no observables, no siendo influenciados por las comunicaciones que realizan los agentes en el mercado al respecto. Al respecto, ver Yamhure, V. R. (2016). *Elección de calidad bajo delegación estratégica, en un duopolio diferenciado* (Doctoral dissertation, Pontificia Universidad Javeriana). Pág. 11. Recuperado en: https://core.ac.uk/reader/75992230 (consultado el 8 de enero de 2025)

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

reemplaza por 1 vaso de bebida grande); atendiendo a la naturaleza de los bienes cuestionados, no resulta razonable concluir que los consumidores de dichos productos entenderán que existe una equivalencia exacta entre la cantidad de bebida entregada a través de los vasos –para la modalidad de recojo en tienda– y aquella contenida en las botellas –entregadas en la modalidad *delivery*–.

87. Sobre el particular, se debe tener en cuenta que, en la industria de la comida rápida, el empleo de vasos descartables de 12 y 16 onzas resulta usual[50]. Por lo tanto, este colegiado considera que, en este caso, no se podría concluir que, de la publicidad cuestionada, un consumidor espera que exista una equivalencia idéntica de volumen de bebidas –presentada en vasos– con el contenido de las botellas de plástico entregadas en la modalidad *delivery* (medidas estas últimas en mililitros).

88. Aunado a lo anterior, se debe poner de relieve que, de los medios probatorios que obran en el expediente, tampoco se aprecia que se haya informado expresamente que el contenido de bebida de los vasos incluidos en los Megas y Combos cuestionados –para la modalidad de recojo en tienda– era equivalente al de las botellas de dichos productos, cuando eran entregados por *Delivery*.

89. En efecto, en el caso de los Megas, si bien se indica que incluyen “1 Bebida 1.5 L (Para recojo en tienda se entregarán 4 vasos)”, no se aprecia que se señala que los referidos vasos tendrán exactamente la misma cantidad que una botella de 1.5 litros; siendo razonable interpretar que –en base al estándar de los vasos que se utilizan en dicho mercado– se entregarán 4 vasos de un contenido cercano (pero no necesariamente exactamente idéntico) a dicha cantidad.

90. Por su parte, en el caso de los Combos, se indica que incluyen “1 Bebida Personal (Para recojo en tienda, la bebida personal se reemplaza por 1 vaso de bebida grande)”. Como se puede apreciar, en dicho caso ni siquiera se hace referencia a una cantidad precisa de mililitros que pueda inducir a error a los posibles consumidores.

91. Si bien el denunciante ha señalado que los consumidores se podrían ver engañados, al considerar que la cantidad de bebida –de los Combos cuestionados– debe ser la misma que la entregada en la modalidad de *delivery*; consideramos que dicha aseveración no resulta atendible. Ello puesto que,

---

[50] En efecto, a modo de ejemplo, se revisó la oferta de otras empresas del mercado de comida rápida, apreciándose que también utilizan vasos cuyo contenido es medido en onzas. Al respecto ver:

- https://www.mcdonalds.com.pe/menu/bebidas (consultado el 8 de enero de 2025).
- https://www.dunkin.pe/cafe-para-2 (consultado el 8 de enero de 2025).
- https://www.dunkin.pe/media-docena-y-2-bebidas-dunkin-12-oz (consultado el 8 de enero de 2025).

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

conforme se indicó, dado el estándar de presentación de bebidas en este mercado, los consumidores no tendrían la expectativa de que sus bebidas en vasos fueran exactamente equivalentes al contenido de bebidas en botellas; más aún teniendo en cuenta que la publicidad de estos productos (Combos) no hace referencia a una cantidad determinada.

92. Por los motivos expuestos, este colegiado considera que Delosi no ha infringido el principio de veracidad, previsto en el numeral 8.4 del artículo 8 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal. Por lo tanto, corresponde revocar la Resolución 026-2024/CCD-INDECOPI del 5 de marzo de 2024, en el extremo que declaró fundada la denuncia interpuesta por el señor Loaiza contra Delosi por la presunta comisión de actos de engaño, a través de la publicidad en su página web https://www.kfc.com.pe/; y, reformándola, se declara infundada la misma.

93. En consecuencia, corresponde también dejar sin efecto la Resolución 026-2024/CCD-INDECOPI, en los extremos que: (i) sancionó a Delosi con una multa global de tres punto noventa y cuatro (3.94) UIT; (ii) ordenó a Delosi que asuma el pago de las costas y costos incurridos por el señor Loaiza en el trámite del procedimiento; y, (iii) dispuso su inscripción en el Registro de Infractores creado por la Comisión.

94. Tomando en consideración que se han dejado sin efectos dichos extremos, carece de objeto pronunciarse sobre los demás argumentos planteados por las partes al respecto.

95. Finalmente, sin perjuicio de que en el presente caso no se ha acreditado que la denunciada haya incurrido en el acto de engaño imputado, este Colegiado no desconoce el impacto de la información para el funcionamiento del mercado, por lo que resulta pertinente sugerir tanto a Delosi como a las demás empresas que comercializan comida rápida, que cuando decidan publicitar la entrega de bebidas en presentaciones diferentes dependiendo de la modalidad de despacho (*delivery* o recojo en tienda), procuren recurrir a elementos que transmitan información capaz de mejorar el conocimiento sobre dichos productos –por ejemplo, incluyendo el volumen de las bebidas en cada modalidad–. Lo anterior, a efectos de que los consumidores también puedan tomar en cuenta dicha información en sus decisiones de consumo.

IV. RESOLUCIÓN DE LA SALA:

PRIMERO: revocar la Resolución 026-2024/CCD-INDECOPI del 5 de marzo de 2024, en el extremo que declaró fundada la denuncia presentada por el señor Julio Ronald Loaiza Miranda contra Delosi S.A., por la realización actos de competencia desleal en la modalidad de engaño, supuesto previsto en el artículo 8 del Decreto Legislativo 1044,

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

Ley de Represión de la Competencia Desleal, a través de la publicidad en su página web https://www.kfc.com.pe/; y, en consecuencia, declarar infundada la imputación.

SEGUNDO: dejar sin efecto los extremos de la Resolución 026-2024/CCD-INDECOPI del 5 de marzo de 2024, referido a la sanción impuesta a Delosi S.A., la orden de pago de las costas y costos y la inscripción de la imputada en el Registro de Infractores creado por la Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal.

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

Indecopi Firma Digital
INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL

Firmado digitalmente por MENDIBURU DIAZ Carlos Hugo FAU 20133840533 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 22.01.2025 08:22:54 -05:00

CARLOS HUGO MENDIBURU DÍAZ
Presidente

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

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

Si bien coincido con el sentido del voto en mayoría en el razonamiento que se encuentra entre los numerales 12 al 82 de la presente resolución, discrepo respetuosamente, respecto de la interpretación del mensaje publicitario y la decisión de la mayoría de revocar la Resolución 026-2024/CCD-INDECOPI del 5 de marzo de 2024, que declaró fundada la denuncia presentada por el señor Julio Ronald Loaiza Miranda (en adelante, el señor Loaiza) contra Delosi S.A. (en adelante, Delosi), por la realización actos de competencia desleal en la modalidad de engaño, supuesto previsto en el artículo 8 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal, a través de la publicidad en su página web https://www.kfc.com.pe/.

Lo anterior, con base en las siguientes consideraciones:

1. El vocal que suscribe el presente voto considera necesario precisar que, conforme a la Exposición de Motivos de la Ley de Represión de la Competencia Desleal, la exigencia de que los agentes cumplan con el deber de veracidad –evitando incurrir en actos que sean susceptibles de inducir a error a los consumidores– reviste de importancia para el sistema de economía social de mercado. Lo anterior, ya que, de presentarse un incumplimiento al referido deber, se puede afectar la transparencia del mercado y las legítimas expectativas de los consumidores[51].

2. Asimismo, conforme se indicó en el voto en mayoría, el artículo 21 de la referida Ley establece las pautas de interpretación de la publicidad, precisando que su análisis se debe efectuar de manera integral y superficial, esto es, captando 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.

3. Sobre la base de las premisas expuestas, de una revisión integral y superficial de la publicidad imputada –descrita en el numeral 73 del voto en mayoría–, considero que los mensajes objetivos trasmitidos a los consumidores son los siguientes:

---

[51] Al respecto, en la Exposición de motivos de la Ley de Represión de la Competencia Desleal se indica lo siguiente, sobre los actos de engaño:

> *"Esta conducta se considera desleal porque tiene un doble efecto negativo: (i) en el consumidor, quién a raíz del acto de engaño, podría adoptar una decisión de consumo que no resulta adecuada a sus intereses; y, (ii) en los competidores, quienes podrían perder la preferencia de los consumidores que desviaron su elección a favor del agente que realizó la conducta de engaño. A su vez, el engaño tiene el efecto de generar desconfianza en los consumidores respecto de los bienes y servicios que ofrecen los proveedores. Esta discordancia entre las afirmaciones de los agentes económicos y la realidad afecta la transparencia en el mercado."*
>
> (Subrayado agregado)

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

(i) Respecto de los productos “Mega Gigante 14 piezas”, “Mega Poderoso 12 piezas” y “Mega Recargado 10 piezas”, para recojo en tienda se ofrece la entrega de cuatro (4) vasos de bebidas regulares que contienen la misma cantidad que una bebida de 1.5 litros; y,

(ii) Respecto de los productos “Combo Strips”, “Combo Classic”, “Combo 6 Hot Wings” y “Combo 6 Nuggets”, para recojo en tienda se ofrece la entrega de un (1) vaso de bebida grande que contienen la misma cantidad que una bebida personal de 500 mililitros.

4. En efecto, acerca de los referidos “Megas”, se indica que incluyen “1 Bebida 1.5 L (Para Recojo en tienda se entregarán 4 vasos)”. Lo anterior, aunado a la imagen de una botella de gaseosa de 1.5 L. da a entender que dichos productos contienen, entre otros, una bebida de 1.5 litros, la cual se entregaría a los potenciales clientes en cuatro (4) vasos regulares –en la modalidad de recojo en tienda–, teniendo el mismo contenido de gaseosa que cuando son entregados por la modalidad *Delivery*.

5. Por su parte, respecto de los referidos “Combos”, se indica que incluyen “1 Bebida Personal (Para Recojo en tienda la bebida personal se reemplaza por 1 vaso de bebida grande)”. Corresponde mencionar que, de lo indicado en la denuncia, se aprecia que, para la opción de *Delivery* de los mismos “Combos”, expresamente se ofrece que la bebida correspondiente es una botella de bebida de 500 ml. Además, se debe tener en cuenta que en la publicidad cuestionada no se precisó la cantidad de onzas que tenía el vaso entregado en la opción de recojo en tienda.

6. De lo anterior, un consumidor podía concluir razonablemente que las bebidas para los “Combos” cuestionados (de recojo en tienda), incluían un vaso de bebida con la misma cantidad que la botella entregada en *Delivery* –es decir, de 500 ml–.

7. Sobre este punto, cabe indicar que discrepo respetuosamente respecto de lo indicado en los numerales 84 y 85 del voto en mayoría. Al respecto, si bien coincido en que los Megas y Combos cuestionado son bienes experiencia (*experience goods*), considero que, por ello, la publicidad acerca de tales productos debe ser lo más clara, exacta y veraz posible, lo cual no se ha cumplido en el presente caso[52].

[52] Al respecto, ver: Bagwell, K. (2007) The Economic Analysis of Advertising. Handbook of Industrial Organization. In: Armstrong, M. and Porter, R., Eds., Handbook of Industrial Organization, Vol. 3, North-Holland, Amsterdam, 1718.

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

8. Lo anterior, en tanto que la publicidad asociada a los bienes experiencia está particularmente asociada a la llamada "publicidad persuasiva"[53]. En efecto, cuando nos encontramos frente a este tipo de bienes (experiencia), los consumidores, al no incurrir en costos de búsqueda respecto de sus características, tienden a guiar su primera decisión de consumo en base a la información contenida en la publicidad[54]. Por ello, resulta fundamental que esta última refleje de manera precisa las características del producto (en este caso, la cantidad de bebida).

9. Ahora bien, se debe señalar que, en su apelación Delosi indicó que, en ningún momento, había afirmado que el contenido de bebida de los vasos incluidos en los Megas y Combos cuestionados –recogidos en tienda– era equivalente al de las botellas de dichos productos, cuando eran entregados por *Delivery*.

10. Sobre el particular, considero que, a efectos de transmitir los mensajes indicados en el numeral 3 del presente voto, no resultaba necesario que la denunciada haya afirmado la mencionada equivalencia de manera expresa. Ello, en tanto que, conforme se indicó, de un entendimiento usual de los elementos que conforman la referida publicidad, objetivamente da a entender que los referidos Combos y Megas –para la opción de recojo en tienda– incluyen vasos de bebida con la misma cantidad que las botellas incluidas en dichos productos para la opción de *Delivery*.

11. De otro lado, Delosi alegó que, al hacer clic en la esquina superior derecha de cada uno de los anuncios cuestionados, los potenciales consumidores podían tener pleno conocimiento del detalle del contenido de cada Mega y Combo. Al respecto, se debe precisar que, aunque –a través de dicha acción– se podía acceder a información adicional acerca del contenido de dichos productos, no se aprecia que los potenciales consumidores hayan podido conocer que los vasos de bebida –para la opción de recojo en tienda– de los referidos productos hayan tenido un contenido diferente a las bebidas entregadas para la opción de *Delivery*[55].

12. Adicionalmente, la denunciada indicó que había precisado la cantidad de onzas de los vasos que correspondía a la modalidad de recojo en tienda en el documento denominado "Políticas de *Delivery* y Atención para llevar", que se encontraba en los "Términos y condiciones" de su página web. También manifestó que la

---

53 Bagwell, K. Opcit. Pgs. 1710 y 1711.

54 Al respecto, ver Shy O. (1995). *Industrial Organization. Theory and Applications.* MIT Press, Cambridge. Pg 283.

55 En efecto, al hacer clic en la esquina superior derecha de la referida publicidad, solo se informaba que, en el caso de elegir la modalidad de recojo en tienda se entregaría cuatro (4) vasos de bebida regulares (en el caso de los Megas); y, un vaso de bebida grande (en el caso de los Combos). Así pues, dicha información no precisa la cantidad que contenían los vasos de tales productos –para recojo en tienda–. Al respecto, ver las imágenes del punto (ii) del numeral 1 del voto en mayoría.

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

información de dichos documentos no es contradictoria con las piezas cuestionadas, siendo que las complementa[56].

13. Al respecto, corresponde recordar que el objeto del presente procedimiento es determinar si Delosi incurrió en el acto de engaño imputado, consistente en transmitir –a través de la publicidad cuestionada, contenida en la página web https://www.kfc.com.pe/– información presuntamente engañosa (precisada en el numeral 3 del presente voto), respecto de la cantidad de bebida de los vasos incluidos en 3 Combos y 4 Megas –para la opción de recojo en tienda–. Así pues, en este caso, no se está analizando si la denunciada transmitió a los posibles consumidores información acerca de dichos productos mediante medios distintos a la publicidad imputada.

14. En ese sentido, el hecho de que la referida empresa haya incluido la mencionada información en los documentos denominados "Políticas de *Delivery* y Atención para llevar" o "Términos y condiciones" –independientemente de que los consumidores tengan que brindar su conformidad con dichos documentos antes de realizar la compra de los productos cuestionados[57]– no resulta relevante para determinar su responsabilidad por la conducta imputada. En consecuencia, se debe desestimar el referido argumento de la denunciada.

15. Adicionalmente, cabe precisar que, si bien el empleo de onzas como unidad de medida para vasos descartables puede ser común en la industria de comida rápida –como se indica en el numeral 87 del voto en mayoría–; considero que no es exigible que los consumidores (destinatarios de los mensajes cuestionados) conozcan acerca del empleo de tal unidad de medida, ni –mucho menos– de su equivalencia con mililitros. Lo anterior es particularmente relevante si se toma en cuenta que, en general, la presentación de bebidas puestas a disposición de los consumidores, en nuestro país, suelen ser medidas en mililitros y litros (no en onzas)[58]. Además, dado que existe más de un tipo de onzas y que Delosi no ha precisado –en el procedimiento (ni mucho menos en la publicidad)– qué tipo utilizó

---

[56] Asimismo, señaló que, para poder realizar una compra, los consumidores debían leer y manifestar su conformidad con aquellos documentos.

[57] Al respecto, el hecho de que los consumidores tengan que brindar dicha conformidad tampoco enerva la capacidad de la referida publicidad de transmitir la información presuntamente engañosa. Ello, en tanto que, como se indicó, el objeto de análisis en este caso se circunscribe a dicha publicidad (no a la información complementaria que haya brindado la denunciada).

[58] A modo de ejemplo, se revisó la oferta de otras empresas del mercado de comida rápida, apreciándose que el contenido de las bebidas es medido en litros o mililitros. Al respecto ver:

- https://www.bembos.com.pe/combo-extrema?options=cart (consultado el 8 de enero de 2025).
- https://www.pizzahut.com.pe/order/Dip%20&%20Crunch (consultado el 8 de enero de 2025).
- https://www.burgerking.pe/seccion/promociones/personaliza/los-favoritos-del-king/producto/king-de-pollo (consultado el 8 de enero de 2025).

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

para medir la cantidad de bebida de sus vasos, la equivalencia entre ambas unidades de medida puede resultar imprecisa.

16. Teniendo en cuenta lo anterior, corresponde señalar que, durante el procedimiento, Delosi no ha acreditado que haya entregado a sus clientes la cantidad de gaseosa ofrecida en la publicidad cuestionada.

17. Al respecto, de la revisión del expediente, se aprecia que dicha empresa ha sostenido durante el procedimiento que había informado a los potenciales consumidores que en la modalidad de recojo en tienda, entregaban cuatro (4) vasos de 12 oz (en el caso de los Megas); y, un (1) vaso de 16 oz (en el caso de Combos).

18. Así pues, de una simple comprobación de la cantidad de bebida que la propia denunciada reconoce haber entregado a sus clientes, para los Megas y Combos (48 oz[59] en el primer caso y 16 oz en el segundo), se observa que es inferior a la transmitida en la publicidad cuestionada. En efecto, –incluso considerando que se trate de onzas estadounidense, aunque no se precise– de una conversión de dichas cantidades, se aprecia que las 48 onzas equivalen a 1 420 ml (en el caso de los Megas) y las 16 onzas a 473 ml (en el caso de los Combos)[60]. En ese sentido, el contenido de los vasos era inferior a los 1 500 ml y los 500 ml, ofrecidos para el caso de los Megas y Combos, respectivamente.

19. De acuerdo con lo anterior, Delosi ha contravenido el principio de veracidad previsto en el numeral 8.4 del artículo 8 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal; por lo que incurrió en el acto de engaño imputado. Por lo tanto, mi voto es que se confirme la Resolución 026-2024/CCD-INDECOPI, en el extremo que halló responsable a dicha empresa por la realización de actos de engaño.

Indecopi Firma Digital
INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL

Firmado digitalmente por TAVERA COLUGNA Jose Abraham FAU 20133840533 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 22.01.2025 08:50:01 -05:00

JOSÉ ABRAHAM TAVERA COLUGNA
Vocal

---

59 Lo anterior en tanto que ofreció 4 vasos de 12 onzas, lo que equivale a 48 onzas.

60 Al respecto, corresponde señalar que 1 onza estadounidense equivale a 29.6 ml.
Por lo tanto, en el caso de los Megas: 48 oz = 48 (29.6 ml) = 1 420 ml.
De otro lado, en el caso de los Combos: 16 oz= 16 x 29.6 ml = 473 ml.

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