| | | |
|---|---|---|
| **PROCEDENCIA** | **:** | COMISIÓN DE FISCALIZACIÓN DE LA COMPETENCIA DESLEAL |
| **DENUNCIANTE** | **:** | JULIO RONALD LOAIZA MIRANDA |
| **DENUNCIADA** | **:** | ÓPTICAS GMO PERÚ S.A.C.[1] |
| **MATERIAS** | **:** | COMPETENCIA DESLEAL<br>ACTOS DE ENGAÑO |
| **ACTIVIDAD** | **:** | VENTA AL POR MENOR DE OTROS PRODUCTOS EN PUESTOS DE VENTA Y MERCADOS |

***SUMILLA: se CONFIRMA la Resolución 079-2024/CCD-INDECOPI del 9 de julio de 2024, en el extremo que declaró fundada la denuncia interpuesta por el señor Julio Ronald Loaiza Miranda contra Ópticas GMO S.A.C., por la comisión de actos de engaño, supuesto previsto en el artículo 8 del Decreto Legislativo 1044 - Ley de Represión de la Competencia Desleal.***

***Ello, debido a que la parte captatoria de la publicidad difundida por Ópticas GMO S.A.C. transmitió a los consumidores el mensaje que podían obtener un 50% de descuento en el segundo par de lentes, seleccionando cualquiera de estas combinaciones: (i) dos pares de lentes de sol; o; (ii) unas monturas más lunas y un par de lentes de sol.***

***Sin embargo, en la información adicional consignada en la parte inferior, con caracteres de menor dimensión, se indicó que el acceso a dicha promoción estaba condicionado a que uno de los dos modelos seleccionados fuera una montura oftálmica más lunas o un par de lentes de sol con medida. Así pues, esto último no se condice con el mensaje principal de la parte captatoria del anuncio imputado. Aunado a lo anterior, la propia Ópticas GMO S.A.C. ha reconocido que los modelos de lentes de sol que figuran en la publicidad no tenían medida ni era posible que la tengan, por lo que no podían encontrarse sujetos a la promoción.***

***SANCIÓN: CERO PUNTO DIECISIETE (0.17) UNIDADES IMPOSITIVAS TRIBUTARIAS.***

Lima, 4 de febrero de 2025

## I. ANTECEDENTES

[1] Persona jurídica con RUC 20467675436.



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

1. El 26 de junio de 2023[2], el señor Julio Ronald Loaiza Miranda (en adelante, el señor Loaiza) denunció a Ópticas GMO Perú S.A.C. (en adelante, Ópticas GMO) 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 adelante, Ley de Represión de la Competencia Desleal)[3]. La denuncia se sustentó en los siguientes argumentos[4].

   (i) El 14 de junio de 2023, Ópticas GMO le remitió un correo electrónico[5], a través del cual difundía una campaña publicitaria denominada "*Fantastic Week: Celebra a tu héroe*", en la que promocionaba la venta de gafas. En dicha publicidad se consignaron las siguientes afirmaciones: "*Solo lo mejor para papá: No te pierdas un 50% de descuento en la compra de tu segundo par y dale a tu héroe el estilo que merece*"; y, "*Segundo par al 50% de DSCTO*". Asimismo, se indicaba que el referido descuento aplicaba para las siguientes combinaciones: (a) un par de lentes de sol más otro par de lentes de sol; o, (b) un par de lentes de medida más un par de lentes de sol.

   (ii) En dicha campaña también se consignaron los cuatro modelos de gafas respecto de los cuales los consumidores podrían aplicar la referida promoción: (a) Emporio Armani -EA3218, (b) Oakley - OO9448, (c) Armani Exchange – AX1054 y, (d) Ray Ban – RB2140. La referida publicidad se aprecia a continuación:

---

2 Complementado mediante escrito del 17 de diciembre de 2024.

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

4 El señor Loaiza también denunció a Ópticas GMO por la presunta comisión de actos de engaño, dado que habría difundido –a través de su página web– la campaña publicitaria denominada "Nuevas Colecciones". Ello, en tanto que dicha campaña daría a entender a los consumidores que, por la compra de determinados modelos de gafas que figuraban en dicha publicidad, accederían a un precio desde S/ 199.00 (ciento noventa y nueve y 00/100 soles). Sin embargo, no sería cierto, ya que en la página web de la denunciada no existirían productos que puedan ser comprados al referido precio.

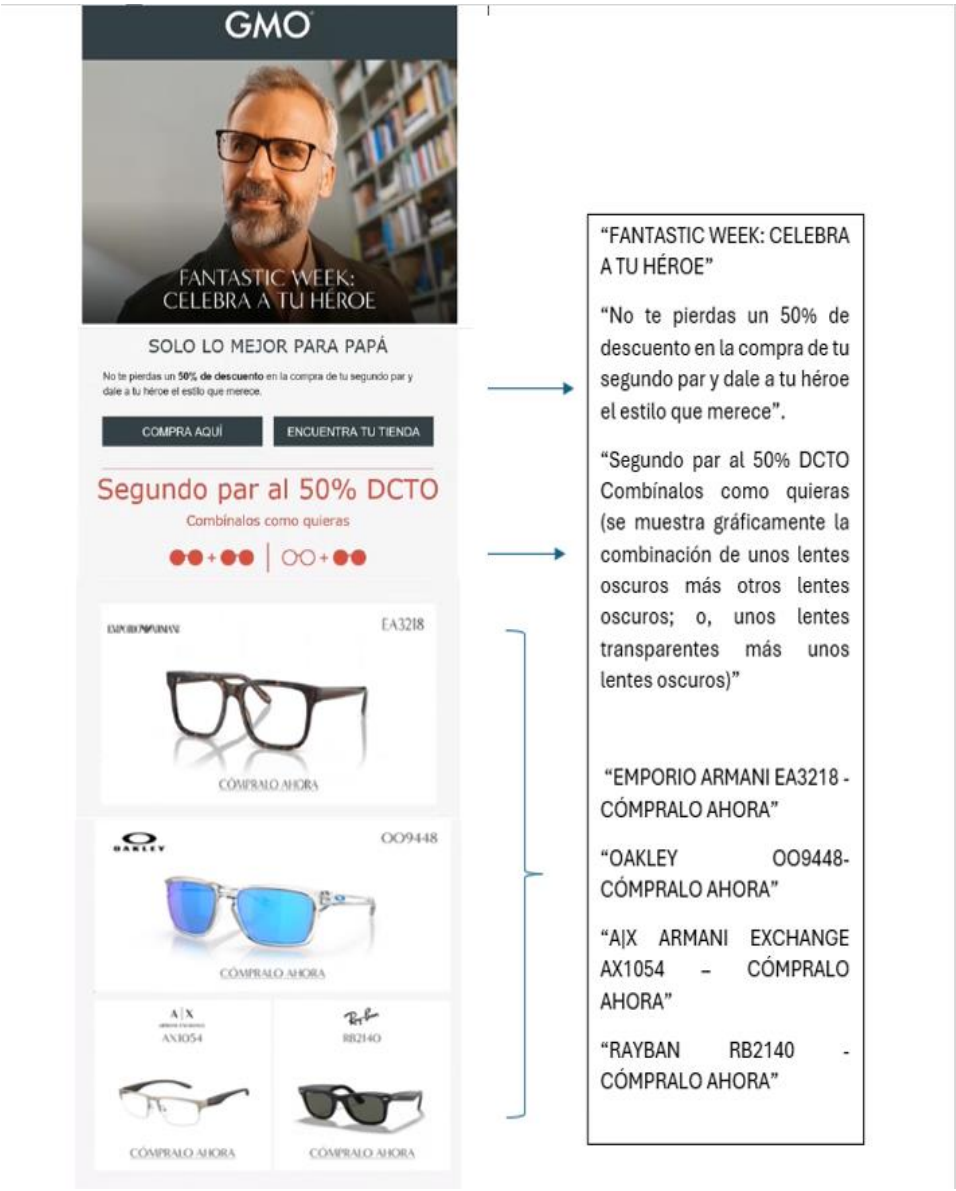
Sobre el particular, la Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal, mediante la Resolución 079-2024/CCD-INDECOPI del 9 de julio de 2024, declaró infundado dicho extremo de la denuncia y ello no fue apelado por el señor Loaiza, de manera que ha quedado consentido.

5 El denunciante presentó como medio probatorio un CD que contiene los videos de la publicidad enviada por Ópticas GMO a su correo electrónico, obrante en la foja 28 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

**PUBLICIDAD REMITIDA VÍA CORREO ELECTRÓNICO**



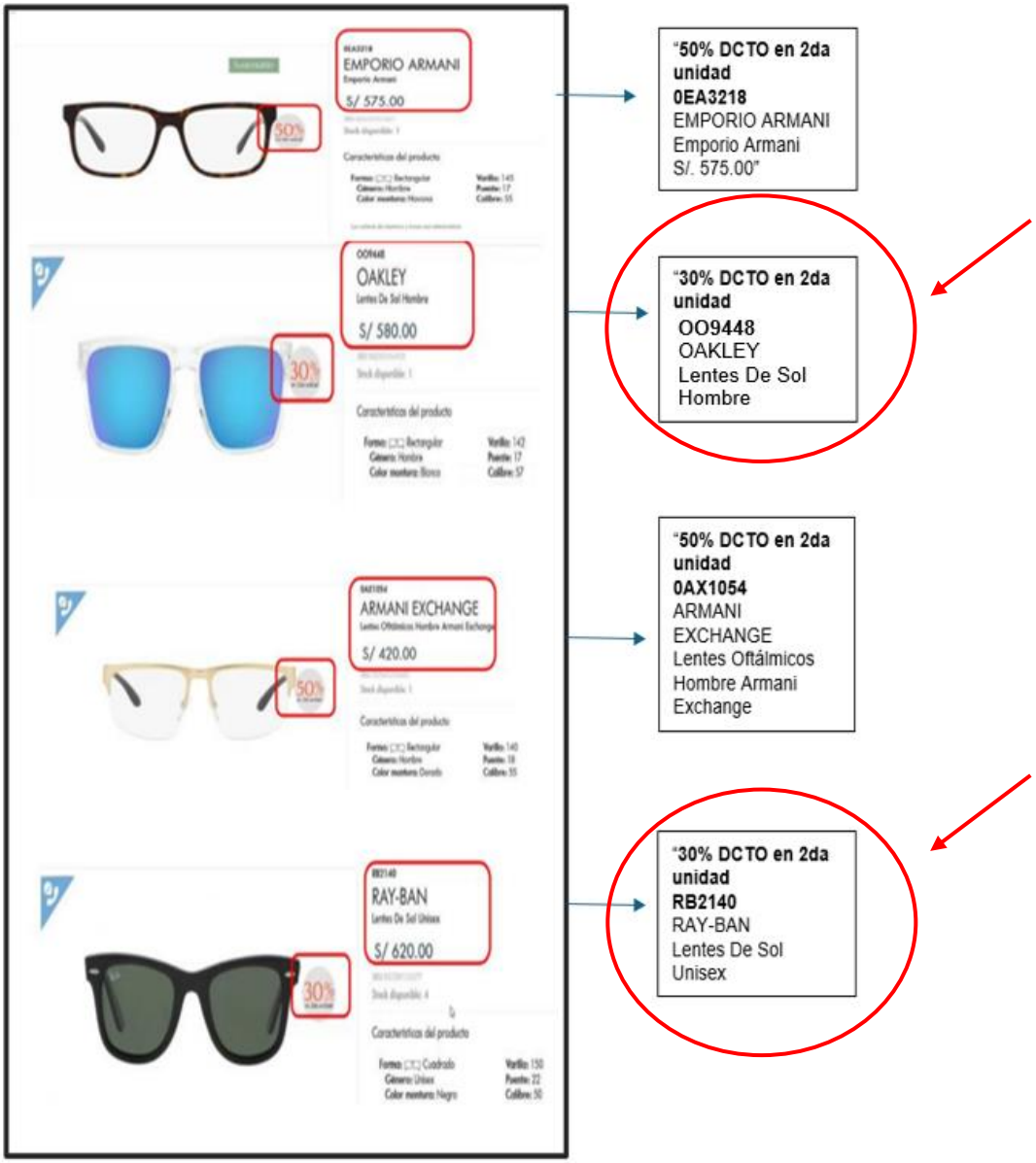

(iii) Esta publicidad dio a entender a los consumidores que, en caso de comprar dos pares de lentes, efectuando cualquier de las combinaciones señaladas en los puntos anteriores, podrían obtener un 50% de descuento en el segundo producto. Cabe indicar que ello (obtener el descuento en el segundo producto) solo se cumplía al seleccionar la combinación compuesta por los modelos AX1054 y OO9448.



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

(iv) Al elegir la combinación de los modelos OO9448 y RB2140 –ambos lentes de sol–, a través de la página web de la denunciada, se indicaba que por su compra solo se obtenía un 30% de descuento en el segundo par:

**PÁGINA WEB DE ÓPTICAS GMO AL SELECCIONAR CADA UNO DE LOS MODELOS CONSIGNADOS EN LA PUBLICIDAD CUESTIONADA**




2. Mediante Resolución s/n del 11 de agosto de 2023, la Secretaría Técnica de la Comisión admitió a trámite la denuncia presentada por el señor Loaiza; e, imputó a Ópticas GMO la presunta comisión de actos de competencia desleal



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 la modalidad de engaño. Lo anterior, debido a que habría difundido una campaña publicitaria denominada "*Fantastic Week: Celebra a tu héroe*", en la que consignó las siguientes afirmaciones: "*Solo lo mejor para papá: No te pierdas un 50% de descuento en la compra de tu segundo par y dale a tu héroe el estilo que merece*"; así como "*Segundo par al 50% de DSCTO*". A través de aquellas afirmaciones daría a entender que, por la compra de los modelos de lentes señalados en la publicidad –(i) modelo Emporio Armani - EA3218, (ii) Oakley - OO9448, (iii) Armani Exchange – AX1054 y, (iv) Ray Ban – RB2140–, los consumidores obtendrían un 50% de descuento en un segundo producto (indicado en la misma publicidad); sin embargo, lo anterior no sería cierto, en tanto algunos de dichos productos solo darían lugar a un 30% de descuento en el segundo producto.

3. El 29 de febrero de 2024, Ópticas GMO presentó sus descargos, manifestando lo siguiente:

   (i) En los términos y condiciones de la campaña publicitaria se señaló que la exigencia previa para acceder a la promoción cuestionada era la compra de una montura oftálmica más lunas; o, un par de lentes de sol con medida. Solo al cumplir dicha exigencia, los consumidores podían obtener un 50% de descuento en el segundo producto.

   (ii) De la revisión de las grabaciones remitidas por el señor Loaiza junto con su denuncia, se aprecia que solo en una de las simulaciones efectuadas se cumplió con la condición necesaria para acceder al descuento del 50% en el segundo producto. En efecto, dicha combinación fue la del modelo AX1054 (correspondiente a una montura oftálmica más lunas) junto con el modelo OO9448 (correspondiente a lentes de sol). Como se aprecia, el primero de dichos productos cumple la condición prevista en los términos y condiciones y, por ende, habilita la aplicación del referido descuento.

   (iii) De este modo, como se aprecia en el video presentado por el denunciante, la página web de Ópticas GMO procesó debidamente el mencionado descuento de la promoción, al cumplirse la condición para su otorgamiento.

4. Mediante Resolución 079-2024/CCD-INDECOPI del 9 de julio de 2024, la Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal (en adelante, la Comisión) declaró fundada la denuncia presentada por el señor Loaiza contra Ópticas GMO por la comisión de actos de engaño e impuso una sanción



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

ascendente a cero punto diecisiete (0.17) Unidades Impositivas Tributarias (en adelante, UIT)[6]. Al respecto, la Comisión señaló lo siguiente:

Respecto del acto de engaño

(i) De un análisis superficial e integral de la publicidad cuestionada, se observa que contiene un mensaje objetivo que da a entender a los consumidores que sería posible acceder a un 50% de descuento en el segundo par de lentes, realizando cualquiera de las siguientes combinaciones: (a) un par de lentes de sol más otro par de lentes de sol; o, (b) monturas más lentes de medida y un par de lentes de sol.

(ii) En la parte inferior de la publicidad, se señala -de manera complementaria– que el descuento solo aplica a la compra de una combinación de productos que incluya una montura oftálmica más lunas o un par de lentes de sol con medida[7]. La referida condición delimita el mensaje transmitido.

(iii) En los términos y condiciones de la publicidad cuestionada, no se hace alguna precisión sobre el medio para acceder a la promoción de ventas. En tal sentido, se entiende que, en caso de realizar una compra de dichos productos a través de la página web de Óptimas GMO –cumpliendo las condiciones señaladas– sería posible obtener un descuento del 50% en el segundo producto. Ello se ve respaldado cuando la imputada señala que su página web procesaría debidamente el descuento de la promoción cuando se cumpla con la condición necesaria para su otorgamiento.

(iv) No obstante, de los medios probatorios, se observa que no habría sido posible agregar medida a los modelos de lentes de sol detallados en el anuncio cuestionado, al no encontrarse dicha opción en la página web.

(v) Por ende, los consumidores no podrían acceder a la referida promoción a través de dicha plataforma, para la combinación de (a) lentes de sol con medida y (b) lentes de sol. En otras palabras, contrariamente a lo publicitado, no se podía acceder al descuento del 50% para compras –realizadas por la página web de Ópticas GMO– que incluyan dos pares de lentes de sol.

---

6 Adicionalmente, mediante la referida resolución, la Comisión ordenó la inscripción de Ópticas GMO en el Registro de Infractores creado por la Comisión; y, condenó a dicha empresa al pago de las costas y costos incurridos por el señor Loaiza durante el procedimiento.

7 En efecto, en la parte de términos y condiciones de la publicidad se indica que: *"Por la compra de una montura oftálmica + lunas o un lente de sol con medida, lleva otra combinación similar o gafa de sol con 50% de descuento. El descuento solo aplica por la compra de una combinación de productos que incluya montura oftálmica + lunas o un lente de sol con medida (…)"*.



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

(vi) Por ende, la denuncia debe ser declarada fundada, dado que no sería posible acceder a la promoción de ventas en los términos ofrecidos por la imputada[8]; por lo que se estaría induciendo a error a los consumidores respecto de dicha promoción.

Respecto de la sanción impuesta

(vii) Conforme con el Decreto Supremo 032-2021-PCM[9], Decreto Supremo que aprueba la graduación, metodología y factores para la determinación de las multas que impongan los órganos resolutivos del Indecopi respecto de las infracciones sancionables en el ámbito de su competencia (en adelante, Decreto Supremo 032-2021-PCM), la graduación de la sanción debe efectuarse empleando el "Método basado en un porcentaje de las ventas del producto o servicio afectado", previsto en la referida norma.

(viii) A efectos de imponer la multa, se tuvo en consideración la información remitida por la Oficina de Estudios Económicos (en adelante, OEE)[10], en función a los factores del mencionado método (el porcentaje de las ventas, el valor de las ventas durante el periodo de la infracción y el factor de disuasión). En ese sentido, se impuso a Ópticas GMO una multa de cero punto diecisiete (0.17) UIT.

5. El 14 de agosto de 2024[11], Ópticas GMO apeló la Resolución 079-2024/CCD-INDECOPI, con base en lo siguiente:

(i) El señor Loaiza pretende que únicamente se evalúe la parte captatoria de la publicidad, omitiendo por completo la información complementaria que se encuentra en la parte inferior y que forma parte del anuncio. Dicha sección es clara al indicar que el descuento del 50% en el segundo producto solo se aplica a la compra de una combinación de productos que incluya (a) una montura oftálmica más lunas o (b) un par de lentes de sol con medida.

---

8 En consecuencia, si bien fue posible acceder al descuento del 50% en el segundo producto con la combinación que incluía unas monturas oftálmicas más lunas (respecto de las cuales era posible agregarles medida); lo cierto es que, los usuarios no habrían podido acceder a la promoción de ventas con relación a las combinaciones con los lentes de sol que figuraban en la publicidad, al no poder agregarles medida.

9 Publicado en el diario "El Peruano" el 25 de febrero de 2021 y vigente desde el 14 de junio de 2021.

10 Cabe indicar que, previamente a la emisión de la Resolución 079-2024/CCD-INDECOPI, mediante Memorandum 0108-2024-CCD/INDECOPI del 15 de febrero de 2024, la Secretaría Técnica de la Comisión solicitó a la OEE que elabore un informe técnico para que, en caso se determine que Ópticas GMO cometió la infracción imputada, se pueda graduar la posible sanción correspondiente. En atención a ello, la mencionada oficina emitió el Informe 106-2024-OEE/INDECOPI del 12 de junio de 2024, a través del cual estimó que la multa base que correspondería imponer a la imputada ascendía a cero punto diecisiete (0.17) UIT.

11 Complementado mediante escrito del 9 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

(ii) La simulación efectuada por el señor Loaiza combina los modelos OO9448 y RB2140, ambos modelos de lentes de sol sin medida. Por ende, al no haberse cumplido con la condición para que se aplique la promoción (elegir un producto que incluya montura oftálmica más lunas o un par de lentes de sol con medida), no se obtuvo un descuento del 50% en el segundo producto.

(iii) Durante la vigencia de la promoción era posible configurar los modelos EA3218 y AX1054 –que originalmente tienen lunas transparentes– como lentes de sol con medida (añadiéndoles lunas fotocromáticas y medida), a través de su página web; y, con ello adquirir cualquiera de los otros modelos con el 50% de descuento. En ese sentido, contrariamente a lo señalado por la Comisión, sí era posible acceder a la promoción con combinaciones que incluyan lentes de sol con medida.

(iv) La promoción aplicaba en todos los siguientes casos:

- dos monturas oftálmicas más lunas;
- una montura oftálmica más lunas y un par de lentes de sol (con o sin medida);
- dos pares de lentes de sol con medida; o,
- un par de lentes de sol con medida más otro (par de lentes de sol) sin medida.

(v) La única combinación que no se podía realizar era la de dos pares de lentes de sol sin medida, siendo precisamente dicha combinación la que fue empleada por el señor Loaiza para sorprender a la autoridad.

(vi) Lo que explica la inclusión de los cuatro (4) pares de anteojos en la parte captatoria de la publicidad es que cualquiera de aquellos podía participar en la promoción –bien como producto habilitante (lente de sol con medida o montura oftálmica más lunas) o bien como segundo producto–. Sin embargo, lo anterior no implicaba que los cuatro (4) productos publicitados podían ser configurados de cualquier forma, para acceder al descuento cuestionado. Precisamente por ello, en la parte inferior de la publicidad, se delimitó el mensaje publicitario[12].

(vii) En los términos y condiciones de la publicidad, no se indicaba que solo esos cuatro (4) modelos formaban parte de la promoción. De hecho,

[12] A criterio de Ópticas GMO, el mensaje que transmite la pieza publicitaria cuestionada es que sería posible acceder a un 50% de descuento en el segundo par de lentes, si se efectúa una combinación de dos productos, en la cual el producto habilitante del descuento corresponde a: (i) monturas oftálmicas más lunas o (ii) lentes de sol con medida.



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

aquella era aplicable a todos sus productos. En ese sentido, los consumidores podían elegir entre una amplia oferta de lentes, accediendo al 50% descuento en el segundo par, siempre que se cumpla la condición de que el primer producto adquirido sea monturas oftálmicas más lunas o lentes de sol con medida.

(viii) Adicionalmente, el hecho de que solo algunos de los lentes de sol consignados en la parte captatoria del anuncio cuestionado puedan graduarse con medida no genera un problema para los consumidores. Lo anterior, puesto que en la amplia selección de lentes de Ópticas GMO existen otros modelos (de lentes de sol) que sí permiten ello (graduarse con medida).

(ix) Finalmente, corresponde señalar que se evidencia mala fe por parte del denunciante. Lo anterior, ya que –además de tener denuncias infundadas contra Ópticas GMO– en el presente caso dicho administrado escogió, dentro de la amplia oferta disponible de la denunciada, una combinación de productos que no era válida para que se aplique la promoción cuestionada. Asimismo, el señor Loaiza presentó de manera tergiversada las simulaciones efectuadas en la página web de la empresa[13].

## II. CUESTIÓN EN DISCUSIÓN

6. De lo expuesto, corresponde a la Sala Especializada en Defensa de la Competencia (en adelante, la Sala) determinar si Ópticas GMO incurrió en actos de engaño, supuesto contemplado en el artículo 8 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal.

## III. ANÁLISIS DE LA CUESTIÓN EN DISCUSIÓN

### III.1. Sobre los actos de engaño

#### III.1.1. Marco normativo

7. El artículo 8.1 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal[14] 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

---

13 Al respecto, Ópticas GMO señaló que el señor Loaiza presentó videos en los que se apreciaría que: (i) intenta varias combinaciones de productos que no son válidas para la promoción; (ii) agrega y quita productos del carrito a conveniencia; (iii) no enfoca las partes poco convenientes para su posición; y, (iv) realiza afirmaciones ligeras y no lee ni enfoca los términos y condiciones de la promoción.

14 Ver nota al pie 3 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

mercado, sobre la naturaleza, características, calidad, cantidad y, en general, sobre los atributos o beneficios que presentan sus bienes o servicios.

8. 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.

9. El artículo 8.3 de la ley antes mencionada dispone que la carga de acreditar la veracidad de las afirmaciones objetivas sobre los bienes o servicios anunciados corresponde a quien las haya difundido como anunciante. En este sentido, este último deberá contar con las pruebas que acrediten la veracidad de sus afirmaciones objetivas con anterioridad a la difusión del anuncio, conforme al deber de sustanciación previa recogido en el artículo 8.4 del mismo cuerpo normativo[15].

10. Por otra parte, el artículo 21 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal[16] 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.

11. Sin perjuicio de ello, considerando la manera cómo se encuentran consignados o distribuidos determinados elementos en los anuncios, existen algunas expresiones susceptibles de generar un impacto mayor en los consumidores que otras, pese a encontrarse en una misma pieza publicitaria. Esta noción alude a la “parte captatoria” del anuncio.

---

15 **DECRETO LEGISLATIVO 1044. LEY DE REPRESIÓN DE LA COMPETENCIA DESLEAL**
**Artículo 8.- Actos de engaño**
(…)
8.3.- La carga de acreditar la veracidad y exactitud de las afirmaciones objetivas sobre los bienes o servicios anunciados corresponde a quien las haya comunicado en su calidad de anunciante.
8.4.- En particular, para la difusión de cualquier mensaje referido a características comprobables de un bien o un servicio anunciado, el anunciante debe contar previamente con las pruebas que sustenten la veracidad de dicho mensaje.

16 **DECRETO LEGISLATIVO 1044. LEY DE REPRESIÓN DE LA COMPETENCIA DESLEAL**
**Artículo 21.- Interpretación de la publicidad**
21.1 La publicidad es evaluada por la autoridad teniendo en cuenta que es un instrumento para promover en el destinatario de su mensaje, de forma directa o indirecta, la contratación o el consumo de bienes o servicios.
21.2 Dicha evaluación se realiza sobre todo el contenido de un anuncio, incluyendo las palabras y los números, hablados y escritos, las presentaciones visuales, musicales y efectos sonoros, considerando que el destinatario de la 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.



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

12. En efecto, la doctrina ha señalado que, si bien los anuncios y las expresiones publicitarias son analizados en su conjunto, sin descomponer sus partes integrantes y atendiendo a la impresión global que generen en sus destinatarios, debe considerarse que existen ciertas partes del anuncio identificadas como **parte captatoria**, que atraen de un modo especial la atención de los destinatarios, por ser más llamativas y destacadas, de manera que cobran mayor relevancia en el contexto del anuncio[17].

13. Lo expuesto evidencia que, para extraer el mensaje publicitario de un anuncio, la autoridad debe realizar un análisis superficial e integral de las piezas en cuestión con especial énfasis en la parte captatoria del anuncio, sin efectuar un examen aislado del significado de cada una de las palabras o afirmaciones (interpretación gramatical) que soslaye los demás elementos y el contexto del anuncio publicitario. Para tales efectos, corresponderá a la autoridad ponerse en el lugar de los destinatarios del anuncio cuestionado.

14. Siguiendo lo indicado en los párrafo previos, y en atención a lo señalado por la Sala en anteriores pronunciamientos[18], la metodología para evaluar si determinada información contenida en un anuncio publicitario infringe el principio de veracidad o no, consta de los siguientes pasos:

    (i) **Delimitación del mensaje:** se debe establecer, conforme lo previamente expuesto, 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 del mensaje, la autoridad determinará si −en efecto− tales medios probatorios demuestran la veracidad del mensaje transmitido.

III.1.2. Aplicación al caso concreto

---

17 FERNANDEZ - NOVOA, Carlos. “La interpretación jurídica de las expresiones publicitarias". En: Revista de Derecho Mercantil N° 107.

18 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 y 0223-2018/SDC-INDECOPI del 11 de octubre de 2018.



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

15. De acuerdo con el marco normativo desarrollado, a efectos de determinar si la denunciada incurrió en los actos de engaño materia de imputación, resulta imprescindible delimitar el mensaje efectivamente transmitido por la publicidad en cuestión; y, verificar si Ópticas GMO cuenta con medios probatorios capaces de acreditar la veracidad de dicho mensaje.

16. Con relación a la delimitación del mensaje, es preciso indicar que la publicidad cuestionada fue difundida vía correo electrónico (como se aprecia en la comunicación cursada al señor Loaiza, el 14 de junio de 2023); y, se encontraba orientada a difundir la promoción denominada *"Fantastic Week: Celebra a tu héroe"*, tal como puede apreciarse en el punto (ii) del numeral 1 del presente pronunciamiento.

17. De una revisión integral y superficial de la publicidad en cuestión, se puede apreciar lo siguiente:

    - En la sección inicial, de modo llamativo, consta la frase "***Segundo par al 50% DCTO"***, seguida inmediatamente de la frase ***"Combínalos como quieras"***.
    - Dichas frases están acompañadas de la representación gráfica de dos combinaciones de gafas posibles: (i) un par de lentes oscuros más otro par de lentes oscuros; o, (ii) un par de lentes transparentes más un par de lentes oscuros.
    - Debajo de lo anterior, constan las imágenes de los siguientes cuatro modelos de lentes: modelo EA3218 (lente transparente), modelo OO9448 (lente de sol), modelo AX1054 (lente transparente); y, modelo RB2140 (lente de sol).

18. Al respecto, es preciso resaltar que los elementos anteriormente descritos componen la parte captatoria de la publicidad, pues las referidas frases y la representación gráfica han sido consignadas en el anuncio con un tamaño y color destacado, así como también resaltan las particularidades de la promoción (segundo par de lentes con un 50% de descuento, al elegir dos lentes oscuros; o, unos lentes transparentes más unos lentes oscuros). Complementariamente, las imágenes de los cuatro modelos de lentes se encuentran colocados también en un tamaño sobresaliente.

19. De los citados elementos que conforman la parte captatoria de la publicidad controvertida, se advierte (de una apreciación general y superficial) que el mensaje trasladado al público consiste en que se podía obtener un 50% de descuento en el segundo par de lentes, pudiendo seleccionar cualquiera de las dos combinaciones posibles: (i) un par de lentes transparentes y un par de lentes de sol; o, (ii) dos pares de lentes de sol. Además, da a entender que dichas combinaciones podían ser efectuadas –cuando menos– con los cuatro



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

(4) modelos de lentes consignados en la referida publicidad (modelos EA3218, OO9448, AX1054 y RB2140). Esto es reforzado con la indicación de que tales lentes podían ser combinados por los clientes de la forma que quisieran (*"Combínalos como quieras"*).

20. Ahora bien, en la parte inferior de la publicidad controvertida (esto es, al deslizar el correo electrónico hasta la sección final) y con un tamaño notoriamente más pequeño que los elementos captatorios, constan los términos y condiciones de la promoción *"Fantastic Week: Celebra a tu héroe"*. En dicha sección se indica –entre otros– que puede obtenerse el 50% de descuento en el segundo par de lentes, siempre que uno de los dos modelos seleccionados sea "una montura oftálmica más lunas o un lente de sol con medida".

21. Sobre el particular, se debe tener en cuenta que, en función a su ubicación y espacio en el anuncio, un consumidor entendería que la información adicional señalada en los párrafos anteriores –correspondiente a los términos y condiciones de la promoción cuestionada– es complementaria al contenido de la parte captatoria. En ese sentido, si bien dicha información podría precisar algunas condiciones vinculadas con la oferta publicitada, no debería desnaturalizar el contenido del mensaje trasmitido en la parte captatoria del anuncio[19].

22. Sin embargo, a diferencia de la Comisión, esta Sala considera que la referida información complementaria no se condice con el mensaje publicitario principal que emana de la parte captatoria.

23. En efecto, en la parte captatoria del anuncio se aprecian las imágenes de dos combinaciones de gafas: (i) un par de lentes transparentes más un par de lentes oscuros; y, (ii) dos pares de lentes oscuros[20]. Seguidamente se exhiben los mencionados cuatro (4) modelos de lentes, incluyendo las gafas de sol correspondientes a los modelos OO9448 y RB2140. De lo anterior, se entiende que la promoción cuestionada aplicaba a cualquiera de aquellas combinaciones; siendo que –cuando menos– cualquiera de los mencionados

---

19 Cabe indicar que la exigencia de que la información complementaria no debe desnaturalizar el contenido del mensaje contenido en la parte captatoria del anuncio ya ha sido señalada por esta Sala en anteriores oportunidades. Al respecto, ver las Resoluciones 584-2016/SDC-INDECOPI del 14 de noviembre de 2016 y 161-2024/SDC-INDECOPI del 21 de octubre de 2024. Los pronunciamientos anteriores también se condicen con el criterio señalado en la Resolución 1602-2007/TDC-INDECOPI del 3 de septiembre de 2007.

20 En efecto, se aprecia la siguiente imagen:






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

cuatro (4) modelos de lentes estarían dentro del ámbito de aplicación de la promoción, en tanto se efectúen dichas combinaciones.

24. Así pues, la parte captatoria del anuncio claramente daba a entender que, para acceder al descuento del 50% en el segundo producto, además de la combinación que incluye un par de lentes transparentes (montura más lunas), se podía elegir la combinación de los dos modelos de gafas de sol (que naturalmente se entendería, incluye los modelos consignados en la publicidad -OO9448 y RB2140-); sin incluir alguna indicación o elemento que, dentro de la parte captatoria, lleve a pensar que era necesario que alguna de estas gafas de sol tuvieran medida.

25. Conforme con lo anterior, el hecho de que en la sección de términos y condiciones (presentada de manera ostensiblemente secundaria) se haya establecido que para acceder al descuento del 50% en el segundo producto no bastaría únicamente con que los consumidores adquieran cualquiera de las gafas de sol (como, por ejemplo, las correspondientes a los modelos OO9448 y RB2140), sino que también se les requiera que dichas gafas tengan lunas con medida, es contrario al mensaje principal transmitido en la parte captatoria de la publicidad cuestionada.

26. Aunado a lo anterior, la propia denunciada ha reconocido que los modelos de lentes de sol que figuran en la publicidad no tenían medida, siendo que ni siquiera era posible configurar dichos modelos (de lentes de sol) para que tengan medida[21]. De lo anterior queda en evidencia que, para dicha empresa, no eran productos habilitantes de la promoción. Esto demuestra una clara contradicción entre la parte captatoria de la publicidad y los términos y condiciones reales de la promoción.

27. De otro lado, Ópticas GMO alegó que la inclusión de los cuatro (4) modelos de anteojos en la parte captatoria de la publicidad daba a entender que cualquiera de ellos podía participar en la promoción, bien como producto habilitante (lente de sol con medida o montura oftálmica más lunas) o como segundo producto; pero que ello no implicaba que todos dichos modelos podían ser configurados de cualquier forma. Por tal motivo, el mensaje publicitario, a su criterio, se encontraba precisado en la parte inferior del anuncio.

28. Al respecto, la Sala estima pertinente resaltar que el mensaje publicitario del anuncio cuestionado consistía en que los usuarios podían obtener un 50% de descuento en el segundo par de lentes, seleccionando cualquiera de las dos

[21] Al respecto, reconociendo lo anterior, dicha empresa señaló que, por el contrario, sí resultaba posible que los otros dos (2) modelos de lentes consignados en la publicidad (modelos EA3218 y AX1054) se configuren como “lentes de sol con medida”, al añadirle lunas fotocromáticas y, de manera posterior, la medida correspondiente.



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

combinaciones posibles: (i) dos pares de lentes de sol o (ii) unas monturas más lunas y un par de lentes de sol, incluyendo los cuatro modelos de lentes consignados de forma expresa y destacadas en el anuncio.

29. De esta manera, contrariamente a lo señalado por Ópticas GMO, el anuncio publicitario no trasmitía a los consumidores el mensaje de que solo algunos lentes de sol o de los cuatro modelos consignados en la publicidad constituían un producto habilitante para obtener la promoción. Ello, más aún, si se tiene en cuenta que la parte captatoria del anuncio contenía la frase *"Combínalos como quieras"*, lo cual transmitía la idea de que la selección de los dos pares de lentes de sol (incluyendo los que aparecían en la publicidad) era condición suficiente para obtener un 50% en el segundo producto.

30. Conforme a lo expuesto, la publicidad bajo análisis indujo a error a los consumidores, por lo que Ópticas GMO incurrió en actos de engaño a través de la difusión de promoción denominada *"Fantastic Week: Celebra a tu héroe"*.

31. En consecuencia, corresponde confirmar la Resolución 079-2024/CCD-INDECOPI del 9 de julio de 2024, que declaró fundada la denuncia interpuesta por el señor Loaiza contra Ópticas GMO por la presunta comisión de actos de engaño, supuesto previsto en el artículo 8 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal.

III.2. Sobre la graduación de la sanción

32. Mediante Resolución 079-2024/CCD-INDECOPI del 9 de julio de 2024, la Comisión impuso a Ópticas GMO una sanción ascendente a cero punto diecisiete (0.17) UIT. Ello, en aplicación del método basado en un porcentaje de las ventas del producto o servicio afectado, establecido por el Decreto Supremo 032-2021-PCM[22].

33. Al respecto, cabe mencionar que en el recurso de apelación presentado por Ópticas GMO no se advierten argumentos dirigidos a cuestionar específicamente el monto de la multa impuesta o la metodología aplicada por la primera instancia.

34. Sin perjuicio de ello, de la revisión del cálculo efectuado por la OEE (seguido la Comisión) se constata la aplicación de los parámetros establecidos en los

[22] Mediante Informe 106-2024-OEE/INDECOPI del 12 de junio de 2024, la OEE remitió a la Secretaría Técnica de la Comisión el mencionado cálculo de la multa, el cual fue seguido por la Comisión al graduar la multa a imponerse a Ópticas GMO.



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

cuadros 24, 25 y 26 del mencionado decreto supremo[23]. Asimismo, se ha verificado que la multa impuesta no excede el límite del 10% de los ingresos brutos percibidos por el infractor, relativos a todas sus actividades económicas, correspondientes al ejercicio inmediato anterior a la expedición de la resolución de la Comisión, conforme al artículo 52 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal[24].

35. En ese sentido, y dado que se ha verificado que la denunciada realizó la infracción imputada, corresponde confirmar la Resolución 079-2024/CCD-INDECOPI en el extremo que impuso una multa de cero punto diecisiete (0.17) UIT a Ópticas GMO, por la realización de actos de engaño.

III.3. Sobre los demás extremos de la Resolución 079-2024/CCD-INDECOPI

36. Por medio de la Resolución 079-2024/CCD-INDECOPI, la Comisión también resolvió lo siguiente:

(i) Ordenar la inscripción de Ópticas GMO en el Registro de Infractores creado por la Comisión; y,

(ii) ordenar a dicha empresa el pago de las costas y costos del procedimiento.

37. Sobre el particular, cabe recordar que se ha determinado que la denunciada incurrió en los actos de engaño, siendo además que la recurrente no ha formulado argumentos dirigidos a rebatir los extremos de la resolución apelada indicados en el párrafo previo. Por consiguiente, corresponde confirmar la Resolución 079-2024/CCD-INDECOPI, en los referidos extremos.

## IV. RESOLUCIÓN DE LA SALA

**PRIMERO:** confirmar la Resolución 079-2024/CCD-INDECOPI del 9 de julio de 2024, en el extremo que declaró fundada la denuncia interpuesta por el señor Julio Ronald Loaiza Miranda contra Ópticas GMO S.A.C., por la presunta comisión de actos de

---

[23] Dichos cuadros están referidos a los valores para determinar el porcentaje de ventas y el nivel de disuasión para la realización de la conducta.

[24] **DECRETO LEGISLATIVO 1044. LEY DE REPRESIÓN DE LA COMPETENCIA DESLEAL**
**Artículo 52.- Parámetros de la sanción**
52.1.- La realización de actos de competencia desleal constituye una infracción a las disposiciones de la presente Ley y será sancionada por la Comisión bajo los siguientes parámetros:
(…)
b) Si la infracción fuera calificada como grave, una multa de hasta doscientas cincuenta (250) UIT y que no supere el diez por ciento (10%) de los ingresos brutos percibidos por el infractor, relativos a todas sus actividades económicas, correspondientes al ejercicio inmediato anterior al de la expedición de la resolución de la Comisión; y,
(…)



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

competencia desleal en la modalidad de engaño, supuesto previsto en el artículo 8 del Decreto Legislativo 1044, Ley de Represión de la Competencia Desleal.

**SEGUNDO:** confirmar la Resolución 079-2024/CCD-INDECOPI del 9 de julio de 2024, en el extremo que impuso a Ópticas GMO S.A.C. una multa ascendente a cero punto diecisiete (0.17) Unidades Impositivas Tributarias.

**TERCERO:** confirmar la Resolución 079-2024/CCD-INDECOPI del 9 de julio de 2024, en los extremos que: (i) ordenó la inscripción de Ópticas GMO S.A.C. en el Registro de Infractores creado por la Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal del Indecopi; y, (ii) ordenó a dicha empresa que asuma el pago de las costas y costos en los que incurrió el denunciante en el presente procedimiento.

**CUARTO:** requerir a Ópticas GMO S.A.C. el cumplimiento espontáneo de la multa impuesta en la presente resolución, bajo apercibimiento de iniciar el medio coercitivo específicamente aplicable, de acuerdo con lo establecido en el numeral 4 del artículo 205 del Texto Único Ordenado de la Ley 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General, aprobado por Decreto Supremo 004-2019-JUS[25], precisándose, además, que los actuados serán remitidos a la Unidad de Ejecución Coactiva para los fines de ley.

***Con la intervención de los señores vocales Carlos Hugo Mendiburu Díaz, César Augusto Llona Silva, José Abraham Tavera Colugna, 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: 14.02.2025 10:45:58 -05:00

**CARLOS HUGO MENDIBURU DÍAZ**
**Presidente**

[25] **DECRETO SUPREMO 004-2019-JUS, TEXTO ÚNICO ORDENADO DE LA LEY 27444, LEY DEL PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO GENERAL**
**Artículo 205.- Ejecución forzosa**
Para proceder a la ejecución forzosa de actos administrativos a través de sus propios órganos competentes, o de la Policía Nacional del Perú, la autoridad cumple las siguientes exigencias:
(…)
4. Que se haya requerido al administrado el cumplimiento espontáneo de la prestación, bajo apercibimiento de iniciar el medio coercitivo específicamente aplicable.
(…)



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