PROCEDENCIA	:	COMISIÓN DE FISCALIZACIÓN DE LA COMPETENCIA DESLEAL
DENUNCIANTE	:	[redacted]
DENUNCIADA	:	CERO CULP4S S.A.C. (ANTES CERO CULP4S E.I.R.L.)[1]
MATERIAS	:	COMPETENCIA DESLEAL DENIGRACIÓN
ACTIVIDAD	:	ACTIVIDADES DE RESTAURANTES Y DE SERVICIO MÓVIL DE COMIDAS

SUMILLA*: *se CONFIRMA la Resolución 177-2025/CCD-INDECOPI del 19 de agosto de 2025, que declaró fundada la denuncia presentada por el señor [redacted] contra Cero Culp4s S.A.C. por la presunta realización de actos de competencia desleal en la modalidad de denigración, supuesto previsto en el artículo 11 del Decreto Legislativo 1044, Ley de Represión de la Competencia Desleal.

Cero Culp4s S.A.C. —mediante una publicación y comentarios en Instagram— dio a entender que: (i) los productos del negocio del denunciante ("Coffee Fit") son copias de los productos saludables ofrecidos por su empresa; (ii) que el denunciante y los influencers que publicitan sus productos eliminan los comentarios en los que se cuestiona su proceder comercial y, (iii) que el denunciante no brinda información certera de los alimentos que oferta al público. Todos estos mensajes fueron difundidos sin que la imputada haya presentado pruebas que sustenten su carácter veraz, motivo por el cual, aquellos son capaces de lesionar la imagen del denunciante.

Por otra parte, Cero Culp4s S.A.C. —a través de comentarios en Instagram— ha formulado apreciaciones sobre una supuesta necesidad económica, desinformación, carencia de valores, así como acerca de una presunta conducción no veraz y evasiva que —bajo su punto de vista— se verificaría de la actuación comercial de quienes se encargan del negocio "Coffee Fit". Estos mensajes revisten un corte subjetivo, de modo que no pueden ser objetivamente verificables, por lo que su difusión al público resulta apta para menoscabar el crédito comercial del denunciante.

SANCIÓN: CERO PUNTO DIECISÉIS (0.16) UNIDADES IMPOSITIVAS TRIBUTARIAS.

Lima, 8 de mayo de 2026

I. ANTECEDENTES

[1] Persona jurídica con RUC 20605137050.

1. El 18 de mayo de 2023[2], [redacted] denunció a Cero Culp4s E.I.R.L. (en adelante, Cero Culpas) por presuntamente haber realizado presuntos actos de competencia desleal en la modalidad de denigración[3], supuesto tipificado en el artículo 11 del Decreto Legislativo 1044, Ley de Represión de la Competencia Desleal (en adelante, Ley de Represión de la Competencia Desleal)[4]. La denuncia fue sustentada en lo siguiente:

   (i) Es fundador de la empresa "Coffee Fit", la cual fue creada en 2022 y lanzada al mercado en 2023. Dicha empresa se dedica a actividades de restaurante. Su negocio se distingue por ofrecer desayunos, almuerzos, postres y aperitivos saludables, así como la venta de accesorios deportivos.

---

2 Complementado mediante escrito del 22 de mayo del 2023.

3 [redacted] denunció a Cero Culpas y a la señora [redacted] por la presunta infracción a la cláusula general y actos de denigración. La Secretaría Técnica de la Comisión, por Resolución s/n del 3 de julio de 2023, consideró que los hechos cuestionados no configuraban una infracción a la cláusula general. En tal sentido, admitió a trámite la denuncia e imputó presuntos actos de denigración: (i) a Cero Culpas materializados en un comentario en *Instagram*, y (ii) a la señora Cabrera, contenidos una publicación y comentarios de *Instagram*, así como en una publicación en Google Maps.

Por Resolución 023-2024/CCD-INDECOPI del 27 de febrero de 2024, la Comisión declaró infundada la denuncia contra Cero Culpas y la señora [redacted] respecto de los extremos imputados. Mediante Resolución 0164-2024/SDC-INDECOPI del 30 de octubre de 2024, la Sala Especializada en Defensa de la Competencia confirmó el extremo referido a la ausencia de responsabilidad Cero Culpas y declaró la nulidad de imputación en el extremo referido a la señora [redacted], pues los hechos evaluados configuran una conducta atribuible a Cero Culpas.

En atención a ello, por Resolución s/n del 28 de enero de 2025, la Secretaría Técnica de la Comisión imputó a Cero Culpas presuntos actos de denigración, materializados en una publicación que exhibe un carrusel de fotos) y varios comentarios difundidos en *Instagram*, así como en una publicación realizada en Google Maps. Mediante Resolución 177-2025/CCD-INDECOPI del 19 de agosto de 2025, la Comisión declaró infundada la denuncia respecto a un comentario en *Instagram* efectuado desde la cuenta "@giuliana.barrios" y con relación a la publicación en Google Maps. Estos extremos no han sido apelados por el señor Marín, por lo que no serán mencionados en el presente pronunciamiento.

Es importante anotar que, a través de la Resolución 177-2025/CCD-INDECOPI, se declaró fundada la denuncia contra Cero Culpas en el extremo de la publicación y restantes comentarios en *Instagram*, lo cual precisamente ha sido recurrido por Cero Culpas y, por ende, se emite este pronunciamiento.

4 **DECRETO LEGISLATIVO 1044. LEY DE REPRESIÓN DE LA COMPETENCIA DESLEAL**
Artículo 11.- Actos de denigración
11.1.- Consisten en la realización de actos que tengan como efecto, real o potencial, directamente o por implicación, menoscabar la imagen, el crédito, la fama, el prestigio o la reputación empresarial o profesional de otro u otros agentes económicos.
11.2.- Sin perjuicio de lo indicado en el párrafo anterior, estos actos se reputan lícitos siempre que:
a) Constituyan información verdadera por su condición objetiva, verificable y ajustada a la realidad;
b) Constituyan información exacta por su condición clara y actual, presentándose de modo tal que se evite la ambigüedad o la imprecisión sobre la realidad que corresponde al agente económico aludido o a su oferta;
c) Se ejecuten con pertinencia en la forma por evitarse, entre otros, la ironía, la sátira, la burla o el sarcasmo injustificado en atención a las circunstancias; y,
d) Se ejecuten con pertinencia en el fondo por evitarse alusiones sobre la nacionalidad, las creencias, la intimidad o cualesquiera otras circunstancias estrictamente personales de los titulares o representantes de otra empresa, entre otras alusiones que no trasmiten información que permita al consumidor evaluar al agente económico aludido o a su oferta sobre parámetros de eficiencia.

(ii) La señora [redacted] viene realizando publicaciones denigratorias en su perfil de *Instagram* (en el que precisa que es fundadora de Cero Cuplas) en contra de "Coffee Fit" con el fin de desviar las preferencias de los clientes. Dicha señora publicó un carrusel de fotografías en las que compara los postres de Cero Culpas con los de "Coffee Fit", asegurando que estos últimos derivan de un plagio de las recetas de los primeros. Asimismo, efectuó una serie de comentarios presuntamente denigratorios sin sustento.

2. Mediante Resolución s/n del 28 de enero de 2025, la Secretaría Técnica de la Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal (en adelante, la Secretaría Técnica de la Comisión) imputó a Cero Culpas la presunta realización de actos de denigración, debido a que difundió a través de la red social *Instagram*, un carrusel comparativo de fotos de productos de Cero Culpas y de "Coffee Fit" con las frases "original" y "copia"; así como los siguientes comentarios[5]:

- *"@allseeds.pe cuando la necesidad, ignorancia y los pocos valores se juntan ocurre estas cosas";*
- *"@mariapasache el mentiroso cuanto no tiene como defenderse no sabe que decir y es de cobardes bloquear / eliminar y no dar la cara";*
- *"@mariapasache aparte de coffee fit también las influencers borran nuestros comentarios donde reprochamos el hecho de que promocionen dicho negocio, así como lo viene haciendo @alefitmelgarejo que VERGÜENZA!";*
- *"@jimecm.fitness Nosotros brindamos información certera de nuestros insumos lo cual no podría decir lo mismo de ellos. Incluso venden un pan gluten free cuando no lo es"; y,*
- *"@anggiesanchez no estamos discutiendo el nombre de mi empresa sino el plagio de mis recetas".*

3. El 18 de julio de 2025[6], Cero Culpas presentó sus descargos, señalando que:

(i) La señora [redacted] emitió comentarios en ejercicio de su libertad de expresión y en base a sus apreciaciones personales. Estos obedecieron a que "Coffee Fit" fue creado por el denunciante cuatro (4) años después de Cero Culpas y a que el señor [redacted] contrató ex trabajadores de esta última empresa que conocían el modelo de negocio y la elaboración de sus productos.

---

5 Como se indicó antes, también se imputó a Cero Culpas presuntos actos de denigración contenidos en un comentario en *Instagram* efectuado desde la cuenta "@giuliana.barrios" y una publicación en Google Maps. Dichos extremos fueron infundados y quedaron consentidos.

6 En la primera oportunidad que este expediente se encontró en trámite en Sala, Cero Culpas a través de un medio probatorio señaló que su negocio fue creado el 12 de agosto de 2019 (ver foja 226 del expediente).

(ii) La señora [redacted] realizó publicaciones y comentarios denigratorios en *Instagram*, pero no percibió beneficio alguno por aquellas. El denunciante no ha presentado pruebas que demuestren una posible afectación a consecuencia de tales actuaciones controvertidas. Desde el 8 de noviembre de 2023, luego de conocer el trámite de este procedimiento, fueron eliminados la publicación y los comentarios en cuestión.

4. Mediante Resolución 177-2025/CCD-INDECOPI del 19 de agosto de 2025, la Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal (en adelante, la Comisión) declaró fundada en parte la denuncia contra Cero Culpas por presuntos actos de denigración a través *Instagram*. En consecuencia, le impuso una multa de cero punto dieciséis (0.16) Unidades Impositivas Tributarias (en adelante, UIT) y una medida correctiva[7]. Esta decisión se sustentó en lo siguiente:

Sobre los actos de denigración

(i) La publicación y comentarios difundidos en *Instagram* aluden directamente a la oferta del denunciante, pues en el carrusel comparativo exhibido consta el logo de "Coffee Fit", el cual también es mencionado en los comentarios. La información objetiva que transmiten es que los productos ofrecidos por el señor [redacted] serían copia de los de Cero Culpas y que ello se habría materializado por el supuesto plagio de las recetas de los respectivos postres saludables.

(ii) Cero Culpas no ha presentado medios probatorios que acrediten la veracidad, exactitud y pertinencia de las afirmaciones difundidas. Incluso reconoció que difundió publicaciones denigratorias.

Sobre la graduación de la sanción

(iii) Con base en el "Método basado en un porcentaje de las ventas del producto o servicio afectado" se tuvo en cuenta el valor de las ventas acontecidas durante el periodo infractor, el porcentaje de las ventas que fueron afectadas con el acto infractor, el factor de disuasión y la existencia de una atenuante (reconocimiento de la infracción)[8].

5. El 17 de septiembre de 2025, Cero Culpas apeló la Resolución 177-2025/CCD-INDECOPI, manifestando lo siguiente:

---

7 La medida correctiva consistió en el cese definitivo e inmediato de la difusión de las afirmaciones materia de denuncia que contengan los mensajes calificados como denigratorios en el respectivo pronunciamiento.

8 La Comisión consideró que: (i) el porcentaje de las ventas ascendía a 0.59%; (ii) el factor de disuasión era medio, por lo que se le asignó un valor de 2.42; (iii) las ventas se calcularon sobre la base de los ingresos reportados por la imputada en el 2024, estimándose las ventas vinculadas a la conducta infractora entre el 22 de abril y el 8 de noviembre de 2023; y (iii) que Cero Culpas se allanó y reconoció la infracción imputada, por lo que aplicó una reducción del 50% sobre el importe de la multa base. Así, se obtuvo como multa final a imponer cero punto dieciséis (0.16) UIT.

Sobre el presunto acto de denigración

(i) No corresponde que se le atribuya responsabilidad por la publicación y/o comentarios de un usuario distinto (como el de su gerente general "@jimecm.fitness"[9]). A través de la publicación y comentarios efectuados en su cuenta personal, ejerció su libertad de expresión como persona natural. Tampoco se ha demostrado que Cero Culpas hubiese tenido participación en la elaboración, emisión y/o publicación de los comentarios, por lo que la imputación de cargos en su contra debe ser improcedente.

(ii) La publicación y comentarios controvertidos se sustentan en hechos ciertos, objetivos y verificables. El denunciante, mediante "Coffee Fit", inició actividades luego de Cero Culpas[10] y replicó sus recetas, pues extrabajadoras de esta última (las señoritas [redacted]) pasaron a trabajar con el denunciante y le compartieron información confidencial. Ello, pese a sujetarse a un acuerdo de confidencialidad que contenía una cláusula de no competencia.

(iii) La declaración jurada de la señorita [redacted] revela que ella fue abordada por personal de "Coffee Fit" para que publicite este negocio.

(iv) Ninguna publicación y/o comentario contiene una ofensa ni alude a la nacionalidad, creencias, intimidad u otra circunstancia personal del denunciante. Tampoco instigan al público a no comprar y/o consumir los productos del denunciante. Algunos comentarios no aluden al denunciante y/o a "Coffee Fit", sino que solo cuestionan la actuación de terceras personas[11].

(v) Los comentarios tienen un fin informativo de las prácticas desleales de "Coffee Fit" y su personal, para que otros negocios del rubro de alimentación saludable —a los que se les etiquetó— no se vean afectados.

Sobre la sanción, medida correctiva y costas y costos

(vi) La conducta cuestionada no ha producido una afectación real a "Coffee Fit", por lo que es adecuada solo una amonestación. Tampoco se debe imponer una medida correctiva, pues las publicaciones fueron eliminadas el 8 de

---

9 Esta cuenta de *Instagram* a la fecha es "@jimena_cabrera.m".

10 Cero Culpas inició actividades en el año 2019 mientras que el negocio denominado "Coffee Fit" fue lanzado al mercado en el año 2023.

11 El comentario al que alude Cero Culpas es: *"@mariapasache aparte de coffee fit también las influencers borran nuestros comentarios donde reprochamos el hecho de que promocionen dicho negocio, así como lo viene haciendo @alefitmelgarejo que VERGÜENZA!".*

noviembre de 2023. Es desproporcional e irracional reconocer las costas y costos de un procedimiento tramitado por más de un año y que recompensaría al denunciante que actuó de mala fe desde el inicio de sus actividades.

II. CUESTIONES EN DISCUSIÓN

6. De acuerdo con los antecedentes expuestos, corresponde a la Sala Especializada en Defensa de la Competencia (en adelante, la Sala) determinar:

   (i) si Cero Culpas incurrió en los actos de denigración imputados; y,

   (ii) de ser el caso, si corresponde confirmar la resolución apelada en los extremos vinculados a la sanción, la medida correctiva y el pago de las costas y costos del procedimiento.

III. ANÁLISIS DE LAS CUESTIONES EN DISCUSIÓN

III.1. Sobre los actos de denigración

III.1.1. Marco normativo

7. El artículo 11 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal[12] establece que los actos de denigración son aquellos que tienen como efecto, real o potencial, directamente o por implicación, menoscabar la imagen, el crédito, la fama o la reputación empresarial o profesional de otro u otros agentes económicos.

8. En doctrina, la denigración es definida como una lesión del crédito comercial del que gozan quienes operan en el mercado comercializando productos y servicios[13]. Así, serán consideradas desleales y sancionables aquellas afirmaciones o declaraciones en las que las empresas o sus representantes empleen frases e imágenes que generen ilegítimamente descrédito a los productos o servicios de un determinado agente en el mercado.

9. La configuración de un acto denigración requiere la mención o alusión a competidores o su oferta[14], pues no podría existir un menoscabo a la imagen o

---

12 Ver nota al pie 4 de la presente resolución.

13 De la Cuesta Rute, José María. Curso de Derecho de la Publicidad. Navarra: Eunsa, 2002, página 179.

14 Por ejemplo, ver Resoluciones 0106-2024/SDC-INDECOPI (correspondiente a la denuncia formulada por Telefónica del Perú S.A.A. y América Móvil Perú S.A.C. frente a Wi-Net Telecom S.A.C.) y 0210-2025/SDC-INDECOPI (correspondiente al procedimiento seguido por Universal Gas S.R.Ltda contra Shilcayo Grifo S.R.Ltda)

reputación de un presunto competidor o competidores si estos ni siquiera resultan identificables, ya sea directamente o por implicación[15].

10. Sin perjuicio de lo expuesto, tales actos se reputarán lícitos siempre que transmitan, de manera concurrente, los siguientes requisitos de licitud:

    (i) La información debe ser verdadera, por su condición de objetiva, comprobable y ajustada a la realidad;

    (ii) la información debe ser exacta, es decir, que los datos en los que se apoye deberán ser actuales y evitarse cualquier tipo de ambigüedad;

    (iii) la información debe ser pertinente en cuanto a la forma, esto es, evitar la ironía, la sátira, la burla o el sarcasmo injustificado; y,

    (iv) debe existir pertinencia en cuanto al fondo, esto es, la información no debe contener alusiones a la nacionalidad, las creencias, la intimidad o cualquier otra circunstancia estrictamente personal del agente aludido.

11. En lo que concierne a la condición objetiva de la información que traslade la publicidad alusiva, Lema Devesa, al comentar la normativa comunitaria europea, ha señalado que la ilicitud de una publicidad comparativa (en la que, al igual que un acto de denigración también se requiere alusión) podrá ser determinada por una comparación efectuada de modo subjetivo. Por tanto, dicho autor sostiene que el anunciante debe adoptar las medidas precisas y realizar los esfuerzos correspondientes para mantener la objetividad requerida[16].

12. En este orden de ideas, el Tribunal Supremo Español (Sala Primera Civil) en la STS 130/2006, de 22 de febrero de 2006 (El Corte Inglés c. Engel) señaló que los juicios de valor aptos para desprestigiar la actividad comercial de la competidora resultan innecesarios para establecer una comparación útil o tolerable para el buen funcionamiento del sistema concurrencial[17].

---

15 LEMA DEVESA, Carlos. *La Publicidad comparativa en la Unión Europea*. RDM, 291/2014, Civitas, Madrid, pp. 313-326.

16 Lema Devesa señaló que "Ante todo, la Directiva requiere que el anunciante realice, objetivamente, la comparación publicitaria. Este requisito de objetividad en la comparación provocará la ilicitud de la publicidad comparativa, si el anunciante realiza la comparación de modo subjetivo. Ahora bien, como ya hemos indicado en otra ocasión, un empresario tropezará con dificultades para actuar de modo objetivo, cuando compara sus productos o servicios con los de sus competidores. Pero la Directiva requiere que el anunciante sólo sea juez y no parte en el correspondiente "juicio comparativo". Por lo tanto, el anunciante tendrá que adoptar las medidas precisas y realizar los esfuerzos necesarios para mantener la citada objetividad". Lema Devesa, Carlos. La Publicidad Comparativa en la Unión Europea. Derecom: Revista Internacional de Derecho de la Comunicación y las Nuevas Tecnologías, ISSN-e 1988-2629, Nº. 16, 2014. Disponible en: https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4796952

17 **TRIBUNAL SUPREMO ESPAÑOL (SALA PRIMERA CIVIL) EN LA STS 130/2006, DE 22 DE FEBRERO DE 2006**
"Y dado que toda comparación implica un cierto grado de descrédito para la actividad, las prestaciones o el establecimiento ajenos, la medida de lo tolerable depende del contenido del mensaje, que ha de ser interpretado en su conjunto, sin descomponerlo en partes y atendiendo a la impresión global que sea susceptible de generar en los destinatarios, así como

13. Esta Sala ha sancionado actos de denigración por trasladar mensajes alusivos a competidor de corte subjetivo. Así, por ejemplo, en un pronunciamiento anterior[18], la Sala concluyó que la publicidad difundida contenía expresiones que transmitían mensajes subjetivos que sugerían la falta de exigencia e innovación en los servicios educativos de un competidor. Por tanto, dichos mensajes resultaban aptos para menoscabar su reputación y crédito comercial por no ser objetivamente comprobables[19].

14. En resumen, en caso de que la información supuestamente denigratoria difundida por el denunciado cumpla con los requisitos antes señalados (lo que incluye que deba tratarse de información de corte objetivo), dicha actuación no calificará como un acto de competencia desleal. *Contrario sensu*, si no cumple con tales requisitos, corresponderá ser sancionada.

III.1.2. Aplicación al presente caso

A. Sobre la alusión al negocio del señor [redacted] "Coffee Fit"

15. La publicación de *Instagram* y los comentarios publicados en dicha red social fueron efectuados desde la cuenta "@jimecm.fitnees", conforme se observa a continuación:

IMÁGENES EN LA SIGUIENTE PÁGINA

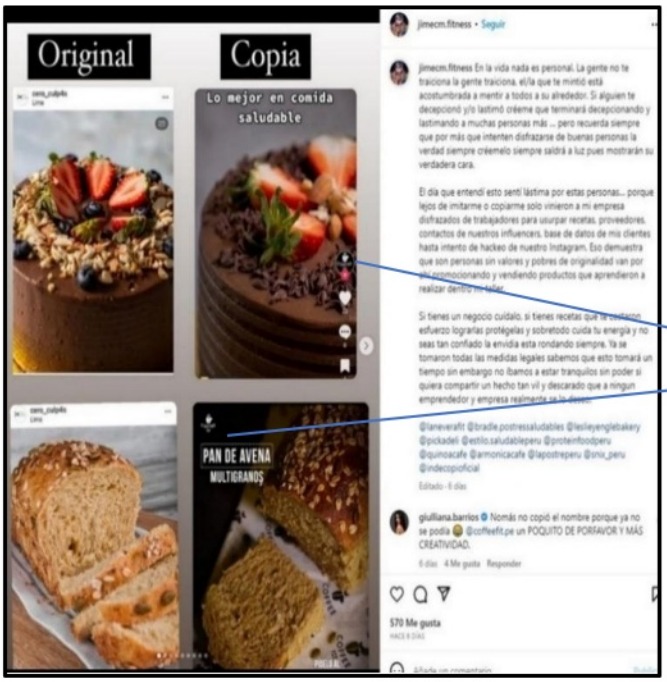
de la necesidad de utilizar la minusvaloración para llevar a cabo una comparación adecuada a todas las exigencias legales que la convierten en lícita.

Con la publicidad cuestionada se trasladó a los consumidores de los productos de perfumería un doble mensaje: el de afirmación de que los precios establecidos por la anunciante eran más bajos que los de su nueva competidora (lo que, como se señala en la sentencia de la primera instancia, no se ha demostrado cierto); y el consistente en que los precios de la demandante, que acababa de abrir su establecimiento en la ciudad y se hallaba en la urgente situación de captar clientela, eran elevados, no solo en relación con los de la anunciante, sino con lo que las circunstancias exigían ("...se queda corto"), lo que constituía un juicio de valor apto para desprestigiar la actividad comercial de la competidora, innecesario al fin de establecer una comparación útil o tolerable para el buen funcionamiento del sistema concurrencial." Disponible en: https://app.vlex.com/vid/20367502#

[18] Referido a un procedimiento seguido por Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas S.A.C. contra la Universidad San Ignacio de Loyola S.A. por la realización de actos de denigración. Ver Resolución 131-2020/SDC-INDECOPI del 21 de octubre de 2020.

[19] De igual forma, la Resolución 0303-2013/SDC-INDECOPI declaró fundada la denuncia por actos denigración interpuesta por Telefónica Multimedia S.A.C. contra Directv Perú S.R.L., al acreditarse que esta última difundió en un sitio web diversos videos que transmitían a los consumidores mensajes subjetivos ("*amarrado al trío", "falta de memoria", "mala señal", "no hay HD"*) sobre supuestas respuestas impertinentes de su competidora frente a reclamos, generando así una afectación al crédito comercial de Telefónica Multimedia S.A.C., sin que resulte necesario evaluar la veracidad de tales afirmaciones dada su naturaleza valorativa.

Publicación de un carrusel de fotografías en *Instagram*[20]



Logo de la empresa del denunciante:

COFFEE FIT

Publicación de comentarios en *Instagram*



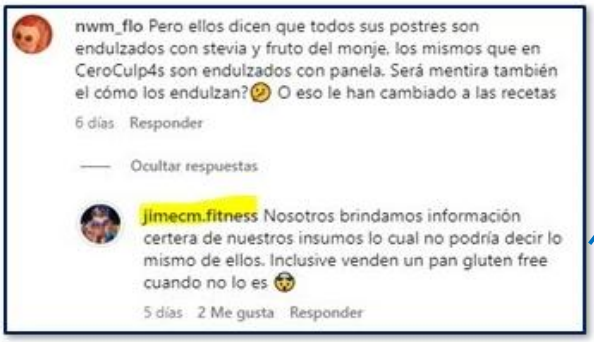
"(…) cuando la necesidad, la ignorancia y los pocos valores se juntan ocurren estas cosas (…)

[20] Imágenes consignadas en la denuncia efectuada por el señor [redacted] y recogidas en la imputación de cargos.



"(…) el mentiroso cuando no tiene cómo defenderse no sabe que decir y es de cobardes bloquear/eliminar y no dar la cara"

"(…) aparte de coffee fit también los influencers borran nuestros comentarios donde reprochamos el hecho de que promocionen dicho negocio, así como lo viene haciendo @alefitmelgarejo que VERGÜENZA!!! (…)"



"Nosotros brindamos información certera de nuestros insumos lo cual no podría decir lo mismo de ellos. Inclusive venden un pan gluten free cuando no lo es"



"(…) no estamos discutiendo el nombre de mi empresa, sino el plagio de mis recetas"

16. En la publicación inicial antes expuesta se relata que extrabajadores de Cero Culpas se habrían apropiado de sus recetas y que ahora trabajarían en un negocio distinto. La gerente general de Cero Culpas incluyó imágenes comparativas bajo las columnas "Original" y "Copia" mostrando los postres que oferta Cero Culpas bajo la primera columna y los que oferta "Coffee Fit" bajo la segunda. La referencia a esta última empresa se visualiza a partir de la consignación de su logotipo en las fotos consignadas bajo la columna "copia".

17. En el marco de tal publicación, diversos usuarios efectúan comentarios que procuran brindar su apoyo o solidaridad a la anunciante ante la situación expresada en el texto que acompaña el carrusel de fotografías exhibido. En respuesta a los referidos comentarios, la gerente de Cero Culpas —y a su vez, titular de la cuenta de *Instagram*— formuló comentarios ratificando que los productos de "Coffee Fit" que son mostrados serían una copia de los ofrecidos por la empresa denunciante. En los comentarios de respuesta también son formuladas apreciaciones negativas sobre las personas encargadas del funcionamiento de "Coffee Fit"[21]. relativas, entre otros aspectos, a su supuesta falta de valores, información y transparencia.

18. Cero Culpas ha señalado que algunos comentarios solo cuestionan la actuación de terceras personas, por lo que no aluden al denunciante y/o a Coffee Fit. Al respecto, el hecho de que un comentario también refiera a un supuesto accionar cuestionable de *influencers*[22] no desvirtúa la existencia de alusión a la oferta del denunciante. El contexto en el que fue difundida la publicación y los comentarios bajo examen —en los que incluso son mencionados signos que identifican la oferta del denunciante— evidencian que la empresa imputada centró su comunicación en aludir a la oferta del negocio "Coffee Fit" que conduce el señor [redacted].

19. Lo expuesto permite concluir que la publicación en *Instagram* y los comentarios realizados a modo de respuesta contienen una alusión directa a la oferta distinguida como "Coffee Fit" del señor [redacted].

B. <u>Delimitación de los mensajes y evaluación de su carácter presuntamente denigratorio</u>

---

21 Los comentarios que cuestionan el accionar comercial del denunciante en el contexto descrito son los siguientes:

(i) *"@allseeds.pe cuando la necesidad, ignorancia y los pocos valores se juntan ocurre estas cosas".*
(ii) *"@mariapasache el mentiroso cuanto no tiene como defenderse no sabe que decir y es de cobardes bloquear / eliminar y no dar la cara".*
(iii) *"@mariapasache aparte de coffee fit también las influencers borran nuestros comentarios donde reprochamos el hecho de que promocionen dicho negocio, así como lo viene haciendo @alefitmelgarejo que VERGÜENZA!".*
(iv) *"@anggiesanchez no estamos discutiendo el nombre de mi empresa sino el plagio de mis recetas".*

22 El comentario fue: "*<u>@mariapasache aparte de coffee fit también las influencers borran nuestros comentarios donde reprochamos el hecho de que promocionen dicho negocio, así como lo viene haciendo @alefitmelgarejo que VERGÜENZA!</u>*".

B.1 Mensajes sobre que los productos de "Coffee Fit" son copia de los de Cero Culpas[23]

20. El carrusel de fotografías controvertido sugiere que los productos ofrecidos por el negocio constituyen copias de los de Cero Culpas por basarse en sus recetas. Esta idea es destacada por el comentario que afirma que lo controversial de la publicación sería esencialmente el presunto plagio.

21. La calificación de un producto como copia por basarse en sus recetas y conocimientos previos del negocio de un competidor (Cero Culpas) refiere a una condición concreta que puede ser contrastada objetivamente.

22. La denunciada alcanzó las presentaciones de algunos productos de Cero Culpas y "Coffee Fit" del señor [redacted][24], así como su respectiva descripción de ingredientes que únicamente evidencian cierta similitud en el aspecto físico y en los insumos que son empleados en su elaboración. Estas circunstancias no permiten concluir que el señor Marín haya copiado las recetas de Cero Culpas y las haya ofrecido a través de "Coffee Fit". Debe tenerse en cuenta que los postres saludables que son ofrecidos en el mercado, por su propia naturaleza, muestran una similar presentación y emplean en su preparación ingredientes análogos[25].

23. En suma, las similitudes visuales y de ingredientes entre los productos ofrecidos por ambas empresas pueden obedecer a procedimientos genéricos de preparación y/o a una apariencia estándar de este tipo de productos, que no necesariamente implican la reproducción de los utilizados por algún competidor.

---

23 Carrusel de fotografías publicado en la red social *Instagram* y comentario *"@anggiesanchez no estamos discutiendo el nombre de mi empresa sino el plagio de mis recetas".*

24 Cero Culpas presentó imágenes de los productos "Pan de Avena y Camote" y "Snicker Vegano" comercializados por su empresa y Coffee Fit, en cuya parte inferior se aprecia una descripción similar de los ingredientes de dichos productos. Ver fojas 490 a la 492 del expediente.

25 Además del snicker vegano comercializado por Cero Culpas y "Coffee Fit", se aprecia que el negocio "La Nevera Fit" también comercializa el producto "SnickFit (Vegano)". Este último tiene una apariencia similar al producto de Cero Culpas y también comparte determinados ingredientes como: chocolate y maní.
Ver: https://www.laneverafit.pe/pedir/categoria/9TLwcMM5bHp8Q6KEE/p/48Kr8uyyCxSrmsem5/snickfit-vegano (fecha de revisión: 8 de mayo de 2026).
Incluso, de la lectura de la pestaña "Quiénes Somos" se advierte que el negocio "La Nevera Fit" habría comenzado con la venta de postres saludables en el año 2016. Es decir, antes que Cero Culpas.

Cero Culpas también comercializa el producto "Donuts Proteicas". No obstante, se observa que los negocios "Kumafitfood" y "ProteinFood" también comercializan productos similares ("Minidonuts proteicas" y "Copa Donuts") distinguiendo la proteína como rasgo llamativo, además de contar con una apariencia e ingredientes similares, tales como la harina de avena.
Ver: https://www.instagram.com/p/C6hTtXSJPRn/ y https://camacho.proteinfood.pe/product/copa-donuts/ (fecha de revisión: 8 de mayo de 2026).

24. En dicho orden de ideas, la declaración jurada de la señorita [redacted][26] sobre la similitud en apariencia de los productos de Cero Culpas y "Coffee Fit" solo constituye una apreciación personal. El hecho de que haya sido abordada por personal de "Coffee Fit" para que también promocione este negocio, tampoco permite acreditar el plagio de recetas aludido. Sin perjuicio de ello, como se indicó antes, la sola similitud física que habría sido advertida por dicha persona no constituye un elemento que permita concluir que los productos alimenticios ofertados por el denunciante son copias de los de la denunciada, por sustentarse en sus recetas.

25. Los acuerdos de confidencialidad suscritos entre Cero Culpas y dos (2) de sus extrabajadoras únicamente dan cuenta de que estas últimas acordaron con su entonces empleadora que, luego de terminar su vínculo laboral, no trabajarían en un competidor en cierto tiempo. El hecho de que dichas exempleadas hayan migrado a trabajar luego para el señor [redacted] (en su negocio "Coffee Fit") únicamente revela un cambio de centro de labores con base en sus decisiones personales y una posible inobservancia a dicha cláusula contractual, cuyo incumplimiento y eventuales responsabilidades no es materia de evaluación en este procedimiento. En consecuencia, tales acuerdos no resultan idóneos para acreditar que los productos de "Coffee Fit" constituyen una copia de los elaborados por Cero Culpas.

26. Por lo tanto, esta Sala concluye que la imputada no ha presentado información que acredite la veracidad del mensaje identificado.

B.2 Mensajes con apreciaciones personales de los responsables de "Coffee Fit"[27]

27. Los comentarios bajo examen transmiten apreciaciones sobre las personas responsables del funcionamiento de "Coffee Fit" (en particular, sostienen que tales personas tendrían necesidades económicas, que estarían desinformadas, que carecerían de valores, que serían mentirosas y cobardes frente a los cuestionamientos) y por ende, se da a entender que el negocio "Coffee Fit" estaría siendo gestionado por personas poco éticas o inmorales, poco informadas sobre el rubro de alimentación saludable, que dirían mentiras y evadirían los cuestionamientos que pesan sobre ellos.

---

26 Ver foja 508 del expediente.

27 Los comentarios analizados son: *"@allseeds.pe cuando la necesidad, ignorancia y los pocos valores se juntan ocurre estas cosas"* y *"@mariapasache el mentiroso cuanto no tiene como defenderse no sabe que decir y es de cobardes bloquear / eliminar y no dar la cara"*.

28. Estos mensajes de corte subjetivo no son verificables en la realidad, pues responden al juicio de valor que tiene la gerente general de la denunciada en torno a ciertos aspectos del personal involucrado en el negocio "Coffee Fit". De este modo, al no ser objetivamente comprobables los aludidos mensajes, incumplen el respectivo requisito de licitud legalmente exigible.

29. Esta clase de mensajes acarrea que quienes hayan estado expuestos a aquellos tengan una percepción negativa de la oferta comercial de "Coffee Fit", pues los comentarios con mensajes subjetivos desfavorables se dirigieron contra el personal que gestiona dicho negocio. En consecuencia, el público expuesto a estos mensajes denigratorios se verá inducido a no adquirir los productos ofertados por el denunciante.

B.3 Mensaje sobre la eliminación de comentarios negativos[28]

30. El comentario en cuestión da a entender que quienes se encuentran a cargo de la iniciativa empresarial denominada "Coffee Fit" y determinados influencers eliminarían los comentarios que cuestionan el hecho de que promocionen el referido negocio del denunciante.

31. La supresión de comentarios —por parte de quienes conducen el negocio "Coffee Fit" e *influencers* contratados— en los que les reprocharía la promoción del negocio del denunciante constituye una acción efectuada en una red social que resulta verificable. Pese a ello, Cero Culpas no ha presentado algún medio probatorio que acredite la veracidad del mensaje antes señalado.

B.4 Mensaje sobre la no provisión de información certera de los insumos empleados[29]

32. El mensaje analizado da a entender que "Coffee Fit" no brinda información exacta acerca de los insumos que componen sus productos, siendo una muestra de ello, un pan ofrecido como libre de gluten sin que sea cierto.

33. Sin embargo, Cero Culpas no ha presentado medio probatorio alguno que demuestre la veracidad de dicho mensaje; es decir, que el señor [redacted] — a través de su negocio "Coffee Fit" — haya engañado al público sobre los insumos que componen los productos que oferta en el mercado.

C. Conclusión del análisis de actos de denigración

---

28 Comentario "*@mariapasache aparte de coffee fit también las influencers borran nuestros comentarios donde reprochamos el hecho de que promocionen dicho negocio, así como lo viene haciendo @alefitmelgarejo que VERGÜENZA!*".

29 Comentario: *"Nosotros brindamos información certera de nuestros insumos lo cual no podría decir lo mismo de ellos. Inclusive venden un pan gluten free cuando no lo es"*.

34. Los mensajes que traslada la publicación y comentarios controvertidos son denigratorios al ser algunos objetivos pero sin haber demostrado su veracidad, y otros, al no ser verificables por su condición subjetiva. El hecho de que no incluyan una referencia a la nacionalidad, creencias, intimidad u otra circunstancia personal del competidor —como alega la denunciada— no enerva el carácter denigratorio que ha sido determinado de los mensajes en cuestión por no ajustarse a la realidad o por transmitir apreciaciones no verificables.

35. Por otra parte, según el principio de primacía de la realidad[30] y el principio de verdad material[31], la publicación y comentarios a través de la cuenta de la señora [redacted] respondieron al interés de la empresa Cero Culpas. Ello pues están focalizados en menoscabar la reputación de un competidor directo en la provisión de alimentos saludables, a través de la difusión de los mensajes denigratorios aludidos previamente. Por tanto, resulta razonable sostener que la empresa denunciada es la responsable de la realización de tales mensajes denigratorios, los cuales fueron materializados a través de la señora [redacted], quien es su gerente general y fundadora[32].

CONTINÚA EN LA SIGUIENTE PÁGINA

30 **DECRETO LEGISLATIVO 1044. LEY DE REPRESIÓN DE LA COMPETENCIA DESLEAL**
Artículo 5.- Primacía de la realidad
La autoridad administrativa determinará la verdadera naturaleza de las conductas investigadas, atendiendo a las situaciones y relaciones económicas que se pretendan, desarrollen o establezcan en la realidad. La forma de los actos jurídicos utilizados por los contratantes no enerva el análisis que la autoridad efectúe sobre la verdadera naturaleza de las conductas subyacentes a dichos actos.

31 **DECRETO SUPREMO 006-2026-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:
(…)
1.11. Principio de verdad material. - En el procedimiento, la autoridad administrativa competente deberá verificar plenamente los hechos que sirven de motivo a sus decisiones, para lo cual deberá adoptar todas las medidas probatorias necesarias autorizadas por la ley, aun cuando no hayan sido propuestas por los administrados o hayan acordado eximirse de ellas.
(…)

32 **DECRETO LEGISLATIVO 1044. LEY DE REPRESIÓN DE LA COMPETENCIA DESLEAL**
Artículo 3.- Ámbito de aplicación subjetivo
(…)
3.2.- Las personas naturales que actúan en nombre de las personas jurídicas, sociedades irregulares, patrimonios autónomos o entidades mencionadas en el párrafo anterior, por encargo de éstas, les generan con sus actos responsabilidad sin que sea exigible para tal efecto condiciones de representación civil.
(Subrayado agregado)

36. Finalmente, el numeral 7.1 del artículo 7 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal[33] prevé que, para determinar la existencia de un acto de competencia desleal no es necesario acreditar que el infractor actuó con conciencia o voluntad en su realización. Por tanto, el supuesto propósito meramente informativo (y por ende, sin intención) al que obedeció el accionar de la empresa denunciada no enerva, en modo alguno, la difusión de mensajes capaces de afectar la imagen del denunciante, lo cual configura los actos de denigración imputados.

37. Por lo expuesto, corresponde confirmar la resolución recurrida, en el extremo que declaró fundada en parte la denuncia del señor [redacted] contra Cero Culpas por la realización de actos de denigración.

III.2. Sobre la graduación de la sanción

38. En el presente caso, la infracción detectada sí generó efectos en el mercado, perjudicando el proceso competitivo, pues los mensajes difundidos acarrearon que quienes hayan estado expuestos a aquellos tengan una percepción negativa de la oferta comercial de "Coffee Fit"[34]. Esta valoración negativa no se refleja necesariamente en las valoraciones o puntaje que tenga dicha empresa en diferentes aplicativos.

39. Por lo expuesto, corresponde confirmar la Resolución 177-2025/CCD-INDECOPI, en el extremo que sancionó a Cero Culpas con una multa de cero punto dieciséis (0.16) UIT.

III.3. Sobre la medida correctiva

40. El numeral 1 del artículo 55 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal dispone que la autoridad podrá ordenar las medidas correctivas necesarias para corregir las distorsiones producidas y restablecer la leal competencia[35]. Estos mandatos correctivos pueden consistir en el cese definitivo e inmediato de una conducta infractora, lo cual implica que se detenga su ejecución al momento de la imposición de la medida y que la respectiva acción ilícita no vuelva a ser realizada en el futuro.

---

33 **DECRETO LEGISLATIVO 1044. LEY DE REPRESIÓN DE LA COMPETENCIA DESLEAL**
Artículo 7.- Condición de ilicitud. -
7.1.- La determinación de la existencia de un acto de competencia desleal no requiere acreditar conciencia o voluntad sobre su realización.
(…)

34 A la fecha de presentación de la denuncia, la señora Cabrera tenía 12,800 seguidores aproximadamente, mientras que la publicación cuestionada alcanzó cuando menos 570 reacciones, con lo cual se evidencia el alcance negativo de la publicación cuestionada. Al respecto, ver fojas 6 y 10 del expediente.

35 **DECRETO LEGISLATIVO 1044. LEY DE REPRESIÓN DE LA COMPETENCIA DESLEAL**
Artículo 55.- Medidas correctivas

41. El hecho de que la imputada haya cesado la difusión de la publicación y los comentarios denigratorios no conlleva que la medida correctiva resulte innecesaria, pues esta también procura evitar que la conducta infractora vuelva a realizarse en el futuro. En consecuencia, corresponde mantener la imposición de la medida correctiva ordenada en primera instancia.

42. Por consiguiente, esta Sala estima pertinente confirmar la Resolución 177-2025/CCD-INDECOPI, en el extremo referido a la medida correctiva ordenada a Cero Culpas consistente en el cese definitivo e inmediato de la difusión de las afirmaciones materia de denuncia que contengan los mensajes calificados como denigratorios.

III.4. Sobre las costas y costos del procedimiento

43. El literal b) del artículo 21 del Decreto Legislativo 1033, Ley de Organización y Funciones del Indecopi establece que la autoridad competente resuelve —entre otras cuestiones— la determinación de costas y costos[36]. El artículo 7 del Decreto Legislativo 807[37] dispone que, en cualquier procedimiento seguido ante el Indecopi, la instancia competente podrá ordenar que el infractor asuma el pago de las costas y costos del procedimiento en que haya incurrido la denunciante. Las costas son

---

55.1.- Además de la sanción que se imponga por la realización de un acto de competencia desleal, la Comisión podrá dictar medidas correctivas conducentes a restablecer la leal competencia en el mercado, las mismas que, entre otras, podrán consistir en:
a) El cese del acto o la prohibición del mismo si todavía no se ha puesto en práctica;
b) La remoción de los efectos producidos por el acto, mediante la realización de actividades, inclusive bajo condiciones determinadas;
c) El comiso y/o la destrucción de los productos, etiquetas, envases, material infractor y demás elementos de falsa identificación;
d) El cierre temporal del establecimiento infractor;
e) La rectificación de las informaciones engañosas, incorrectas o falsas;
f) La adopción de las medidas necesarias para que las autoridades aduaneras impidan el ingreso al país de los productos materia de infracción, las que deberán ser coordinadas con las autoridades competentes, de acuerdo a la legislación vigente; o,
g) La publicación de la resolución condenatoria.
55.2.- El Tribunal tiene las mismas facultades atribuidas a la Comisión para el dictado de medidas correctivas.
(El subrayado es agregado)

[36] **DECRETO LEGISLATIVO 1033. LEY DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES DEL INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL - INDECOPI**
Artículo 21.- Régimen de las Comisiones
Las Comisiones mencionadas en el artículo anterior tienen las siguientes características:
(…)
b) Resuelven en primera instancia administrativa los procesos de su competencia, la adopción de medidas cautelares y correctivas, la imposición de las sanciones correspondientes y la determinación de costas y costos;

[37] **DECRETO LEGISLATIVO 807. FACULTADES, NORMAS Y ORGANIZACIÓN DEL INDECOPI**
Artículo 7.- Pago de costas y costos
En cualquier procedimiento contencioso seguido ante el INDECOPI, la comisión o dirección competente, además de imponer la sanción que corresponda, puede ordenar que el infractor asuma el pago de las costas y costos del proceso en que haya incurrido el denunciante o el INDECOPI. En los procedimientos seguidos de parte ante la Comisión de Eliminación de Barreras Burocráticas, se podrá ordenar el pago de costas y costos a la entidad que haya obtenido un pronunciamiento desfavorable.
(…)

las tasas del procedimiento[38] y los costos son los honorarios del abogado de la parte vencedora[39].

43. Lo anotado muestra que el dictado de un mandato de pago de costos constituye una facultad del órgano resolutivo, orientada a que los gastos generados por la tramitación del procedimiento sean asumidos por la parte cuya conducta dio origen al caso y no por el denunciante que acudió ante la autoridad para reportar la infracción. De este modo, el señor [redacted] en su calidad de denunciante, presentó su solicitud de costas y costos de manera oportuna (junto con su denuncia) y se ha determinado que Cero Culpas incurrió en los actos de denigración objeto de imputación, por lo que correspondía ordenar el pago de las costas y costos correspondientes a favor del denunciante.

44. La orden de pago de costas y costos solo está condicionada a que sea a favor de aquella parte que haya resultado vencedora en el procedimiento, por lo que no es relevante una intención del denunciante o la extensión del trámite del procedimiento. Al margen de ello, no existe pronunciamiento que determine que el señor [redacted] haya formulado la denuncia de manera maliciosa. Además, se ha verificado que el procedimiento fue resuelto dentro del plazo legal establecido en ambas instancias. Por tanto, lo alegado por la apelante carece de asidero.

45. Por lo expuesto, corresponde confirmar la Resolución 177-2025/CCD-INDECOPI en el extremo que ordenó a Cero Culpas el pago de las costas y costos del procedimiento a favor del señor [redacted].

IV. RESOLUCIÓN DE LA SALA

PRIMERO: confirmar la Resolución 177-2025/CCD-INDECOPI del 19 de agosto de 2025, en el extremo que declaró fundada la denuncia contra de Cero Culpas S.A.C. por la realización de actos de competencia desleal en la modalidad de denigración, supuesto previsto en el artículo 11 del Decreto Legislativo 1044, Ley de Represión de la Competencia Desleal.

SEGUNDO: confirmar la Resolución 177-2025/CCD-INDECOPI del 19 de agosto de 2025, en el extremo que sancionó a Cero Culpas S.A.C. con una multa de cero punto

---

38 **RESOLUCION MINISTERIAL 010-93-JUS. TEXTO ÚNICO ORDENADO DEL CÓDIGO PROCESAL CIVIL**
Artículo 410.- Costas
Las costas están constituidas por las tasas judiciales, los honorarios de los órganos de auxilio judicial y los demás gastos judiciales realizados en el proceso.

39 **RESOLUCION MINISTERIAL 010-93-JUS. TEXTO ÚNICO ORDENADO DEL CÓDIGO PROCESAL CIVIL**
Artículo 411.- Costos
Son costos del proceso el honorario del Abogado de la parte vencedora, más un cinco por ciento destinado al Colegio de Abogados del Distrito Judicial respectivo para su fondo mutual y para cubrir los honorarios de los Abogados en los casos de Auxilio Judicial.

dieciséis (0.16) Unidades Impositivas Tributarias por los actos de competencia desleal analizados.

TERCERO: confirmar la Resolución 177-2025/CCD-INDECOPI del 19 de agosto de 2025, en el extremo que impuso a Cero Culpas S.A.C. una medida correctiva consistente en el cese definitivo e inmediato de la difusión de las afirmaciones materia de denuncia que contengan los mensajes calificados como denigratorios en el presente pronunciamiento.

CUARTO: confirmar la Resolución 177-2025/CCD-INDECOPI del 19 de agosto de 2025, en el extremo que ordenó a Cero Culpas S.A.C. el pago de las costas y costos del procedimiento a favor del señor [redacted].

QUINTO: requerir a Cero Culpas 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 006-2026-JUS[40], precisándose, además, que los actuados serán remitidos a la Unidad de Ejecución Coactiva para los fines de la ley.

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

ANDRÉS FRANCISCO CALDERÓN LÓPEZ
Presidente

---

40 **DECRETO SUPREMO 006-2026-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.