PROCEDENCIA	:	COMISIÓN DE FISCALIZACIÓN DE LA COMPETENCIA DESLEAL
DENUNCIANTE	:	[redacted]
DENUNCIADA	:	BANCO BBVA PERÚ S.A.[2]
MATERIAS	:	COMPETENCIA DESLEAL ACTOS DE ENGAÑO
ACTIVIDAD	:	SERVICIOS BANCARIOS

SUMILLA: se CONFIRMA la Resolución 0173-2025/CCD-INDECOPI del 13 de agosto de 2025, que declaró infundada la denuncia formulada por el señor [redacted] contra el Banco BBVA Perú S.A., 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.

La razón es que el banco denunciado difundió un anuncio mediante el cual comunicó la existencia de facilidades para la reprogramación de obligaciones crediticias en abril de 2020, remitiendo expresamente a canales informativos a través de los cuales los consumidores podían conocer las condiciones y alcances específicos del beneficio ofrecido. En tal sentido, la precisión relativa a que dicho beneficio aplicaba únicamente al pago mínimo exigible constituía información complementaria que no resultaba contradictoria con el mensaje transmitido en la publicidad analizada, por lo que no era susceptible de inducir a error a los consumidores.

Lima, 12 de mayo de 2026

I. ANTECEDENTES

1. El 29 de octubre de 2024, el señor [redacted] (en adelante, el señor Vargas) denunció al Banco BBVA Perú S.A. (en adelante, el Banco), por la presunta comisión de actos de competencia desleal en las modalidades de engaño, infracción a la cláusula general e infracción al principio de legalidad, supuestos establecidos en los artículos 8, 6 y 17 del Decreto Legislativo 1044, Ley de Represión de la Competencia Desleal (en adelante, Ley de Represión de la Competencia Desleal), respectivamente. Dicha denuncia se sustentó en lo siguiente:

---

[1] Persona natural con Documento Nacional de Identidad (DNI): [redacted]

[2] Persona jurídica con Registro Único de Contribuyentes (RUC): 20100130204.

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

(i) En marzo del 2020, el Banco, a través de un correo electrónico, le remitió un anuncio que dio a entender a los consumidores que podían solicitar la reprogramación del pago de la deuda de su tarjeta de crédito en tres (3) cuotas sin intereses, a ser reprogramadas en los siguientes tres (3) meses (en adelante el Anuncio Cuestionado):

ANUNCIO CUESTIONADO



(ii) En atención a dicha publicidad, el 1 de abril de 2020, el señor Vargas solicitó la reprogramación de tres (3) estados de cuenta de su tarjeta de crédito BBVA.

(iii) El 5 de mayo de 2020, cursó una comunicación al Banco con la finalidad de dejar sin efecto una gestión adicional relacionada con la reprogramación de los pagos de su tarjeta de crédito. En respuesta a ello, mediante correo electrónico del 13 de mayo de 2020, el Banco le confirmó que dicha gestión quedaba sin efecto, precisándole que ya contaba con una reprogramación vigente por un periodo de tres (3) meses sin intereses.

(iv) No obstante, a través de los estados de cuenta de su tarjeta de crédito, tomó conocimiento de que se habían generado intereses sobre la deuda que mantenía con el Banco, pese a que se había acogido a la reprogramación sin intereses ofrecida por el Banco. En tal sentido, la

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

actuación del Banco fue incongruente con la publicidad difundida y la información proporcionada por su personal.

(v) Ante la consulta del [redacted] el Banco –mediante Carta del 9 de noviembre de 2020– le informó que la reprogramación publicitada únicamente aplicaba al pago mínimo (en soles y dólares) de su tarjeta de crédito. Por lo tanto, la reprogramación no aplicaba al pago total de la deuda de la tarjeta de crédito.

(vi) En vista de lo anterior, solicitó que: (a) se sancione al Banco por los actos de engaño denunciados; (b) se le ordene el pago de las costas y costos del presente procedimiento; (c) se le ordene la reprogramación de los tres (3) estados de cuenta de su tarjeta de crédito, sin cobrar intereses por la totalidad de los consumos –no únicamente respecto del pago mínimo–; (d) se ordene la devolución de los intereses cobrados como consecuencia de la referida reprogramación; y, (e) se realice el recálculo de la deuda de la tarjeta de crédito sobre la base de la eliminación de dichos intereses.

2. Mediante Resolución s/n de fecha 16 de diciembre de 2024, la Secretaría Técnica de la Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal (en adelante, la Secretaría Técnica de la Comisión) admitió a trámite la denuncia; e, imputó al Banco la presunta comisión de actos de competencia desleal en la modalidad de engaño[3]. Lo anterior, debido a que dicha empresa habría difundido un anuncio con la siguiente afirmación: *"No pagas durante 3 meses sin intereses adicionales. Aplica a partir del 1 de abril para Tarjetas de Crédito (…)"*; lo cual induciría a error a los consumidores, debido a que habría omitido informar que dicho beneficio solo aplicaba al pago mínimo y no a la deuda total de la tarjeta de crédito.

3. Por escrito del 12 de mayo de 2025, el Banco presentó sus descargos, indicando que correspondía que se declare infundada la denuncia del señor Vargas por lo siguiente:

---

[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.
(…)

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

(i) La expresión "sin intereses adicionales" no implica la eliminación de los intereses previamente pactados, sino el compromiso de no generar intereses distintos o adicionales a los ya existentes.

(ii) En ese sentido, los intereses aplicados a la cuenta del denunciante correspondieron a aquellos previamente pactados contractualmente. No se le cobraron intereses adicionales generados como consecuencia de la reprogramación.

(iii) Si bien el beneficio publicitado aplicó exclusivamente al pago mínimo de la tarjeta de crédito, tal circunstancia fue previamente comunicada al señor Vargas.

(iv) La publicidad cuestionada incluyó mecanismos complementarios de información, tales como canales de contacto y un enlace web, a través de los cuales era posible acceder a las condiciones del beneficio ofrecido. En dichas condiciones se indicaba que el beneficio de reprogramación únicamente correspondía al pago mínimo –por hasta tres (3) meses– sin intereses adicionales; y, que, en ese sentido, se mantenía el cobro de los intereses regulares.

(v) El señor Vargas accedió a las condiciones del beneficio antes de solicitar la reprogramación respectiva, conforme se desprende del reclamo que formuló al Banco el 27 de julio de 2020, en el cual manifestó haber tomado conocimiento de dichas condiciones tras acceder a la página web de la entidad luego de visualizar su publicidad.

(vi) Asimismo, mediante Resolución 0932-2023/SPC-INDECOPI, la Sala Especializada en Protección al Consumidor (en adelante, la SPC) determinó que el anuncio publicitario cuestionado remitía a los consumidores a canales específicos para conocer las condiciones del beneficio, y que el señor Vargas tuvo acceso a dicha información antes de adoptar su decisión.

(vii) En consecuencia, el mensaje publicitario resultó veraz en la medida en que el beneficio ofrecido fue descrito y aplicado conforme a sus condiciones; la información esencial fue puesta a disposición de los consumidores de manera oportuna y suficiente a través de los distintos canales habilitados; y la reprogramación se ejecutó conforme a lo anunciado.

4. Mediante Resolución 0173-2025/CCD-INDECOPI del 13 de agosto de 2025, la Comisión declaró infundada la denuncia contra el Banco, por la comisión de

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

actos de competencia desleal en la modalidad de engaño. La primera instancia fundamentó su decisión en los siguientes argumentos:

(i) A efectos de delimitar el mensaje cuestionado, debe tenerse en cuenta el tipo de producto que se anunció (reprogramación de deuda de tarjeta de crédito); así como el canal publicitario a través del que este fue ofertado (Facebook, Instagram, Twitter y Linkedin).

(ii) De una revisión superficial e integral la publicidad difundida, a través de las redes sociales antes descritas, se aprecia que el Banco difundió el mensaje objetivo consistente en que el beneficio de *"sin intereses adicionales"* aplicaba al pago mínimo de las deudas generadas con tarjeta de crédito.

(iii) En la información complementaria adjunta a la descripción del anuncio contenido en Facebook, el Banco informó a los consumidores que el referido beneficio solo era aplicable para reprogramar el pago mínimo en soles y dólares hasta por tres (3) meses sin intereses adicionales.

5. Por escrito del 10 de setiembre de 2025, [redacted] interpuso recurso de apelación contra la Resolución 0173-2025/CCD-INDECOPI señalando lo siguiente:

(i) La Comisión interpretó erróneamente la publicidad cuestionada, puesto que la afirmación *"sin intereses adicionales"* transmite el mensaje consistente en que no se pagará ningún tipo de interés cuando se realice la reprogramación de la deuda.

(ii) La Comisión no verificó si, como dijo el Banco, existía un enlace en el que figuraban a las condiciones de la publicidad cuestionada.

6. Por escrito del 11 de febrero de 2026, el Banco reiteró lo señalado en su escrito de descargos.

II. CUESTIONES EN DISCUSIÓN

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

(i) Si el Banco incurrió en los actos de engaño imputados; y,

(ii) de ser el caso, si corresponde imponer una sanción y una medida correctiva al Banco.

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

III. ANÁLISIS DE LAS CUESTIONES EN DISCUSIÓN

III.1. Sobre los actos de engaño

III.1.1. Marco normativo

8. El numeral 8.1 del artículo 8 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal[4] establece que los actos de engaño son aquellos a través de los cuales, de forma real o potencial, los agentes económicos inducen a error a otros participantes del mercado, sobre la naturaleza, características, calidad, cantidad y, en general, sobre los atributos o beneficios que presentan sus bienes o servicios.

9. Toda información objetiva y comprobable contenida en las piezas publicitarias difundidas 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.

10. El numeral 8.3 del artículo 8 de la mencionada ley dispone que la carga de acreditar la veracidad de las afirmaciones objetivas sobre los bienes o servicios anunciados corresponde a quien las haya difundido como anunciante. Este último debe 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[5].

11. El artículo 21 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal[6] establece las pautas de enjuiciamiento e interpretación de las manifestaciones publicitarias, precisando que su análisis se debe efectuar de modo integral y teniendo en cuenta que las personas que perciben el anuncio quedan influenciadas

---

4 Ver nota al pie de página 3 de la presente resolución.

5 **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.

6 **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

mediante un examen superficial del mensaje publicitario. Esto es, captándolo en su conjunto y sin efectuar una evaluación detenida de la publicidad, sino bajo una lectura sencilla y propia de un entendimiento usual.

12. Lo anotado y lo desarrollado en anteriores pronunciamientos[7] revelan que la metodología para evaluar si determinada información contenida en un anuncio infringe el principio de veracidad consta de los siguientes pasos:

(i) **Delimitación del mensaje:** se debe establecer, a partir de una apreciación integral y superficial del anuncio publicitario, en qué consiste el contenido del mensaje que reciben los destinatarios.

(ii) **Verificación de las pruebas anteriores a la difusión del mensaje, y de su temporalidad:** una vez delimitado dicho mensaje, la autoridad constatará si el imputado cuenta con medios de prueba constituidos con anterioridad al inicio de difusión del anuncio bajo análisis, en aplicación del deber de sustanciación previa.

(iii) **Evaluación de la veracidad del mensaje:** en el supuesto de que las pruebas se hayan constituido con anterioridad a la difusión de la publicidad respectiva, la autoridad determinará si –en efecto– tales medios probatorios demuestran la veracidad del mensaje transmitido.

III.1.2. Aplicación al presente caso

13. En el Anuncio Cuestionado —mostrado en el numeral 1 de la presente resolución— el Banco consignó las frases *"No pagas durante 3 meses"* y *"Sin intereses adicionales"*, acompañadas de indicaciones (como *"Aplicable a partir del 1 de abril para Tarjetas de Crédito. Prestamos al consumo y Créditos para Micro y Pequeña Empresa"*). Tales expresiones presentaban facilidades aplicables, desde abril de 2020[8], a determinados productos financieros ofrecidos por el Banco.

14. A través de una lectura integral y superficial, se aprecia que el referido anuncio ofrecía la reprogramación de la exigencia del cobro de deudas vinculadas a

---

7 Ver la Resolución 0223-2018/SDC-INDECOPI del 11 de octubre de 2018, correspondiente al procedimiento seguido por Asociación Andina de Defensa de Consumidores y Usuarios – AADECC contra Universidad Global del Cusco S.A.C.; Resolución 0146-2024/SDC-INDECOPI del 17 de setiembre de 2024 correspondiente al procedimiento de oficio seguido contra Oral Center MR E.I.R.L.; y Resolución 0161-2024/SDC-INDECOPI del 21 de octubre de 2024, correspondiente al procedimiento seguido por el señor Julio Ronald Loaiza Miranda contra Pacífico Compañía de Seguros y Reaseguros S.A.

8 Ello, en tanto en el Anuncio Cuestionado se indicó que el beneficio ofrecido por el Banco era válido del 1 al 30 de abril de 2020.

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

determinados productos financieros por un período de 3 meses –a partir del 1 de abril de 2020–.

15. En el anuncio también se consigna la frase *"Si necesitas este beneficio, comunícate con nosotros y te ayudamos"*, junto con la dirección de la página web del Banco y su número de teléfono. En otras palabras, el anuncio en cuestión no trasladaba una oferta completa y definitiva, sino que invitaba al consumidor a conocer los detalles del beneficio publicitado. Es decir, los consumidores podían advertir razonablemente que las condiciones específicas, alcances y requisitos aplicables al beneficio ofrecido debían ser consultados a través de dichos canales informativos.

16. Sobre el particular, corresponde recordar, en sintonía con la jurisprudencia previa de esta Sala, que los anunciantes pueden remitir a los consumidores a fuentes de información complementaria a su publicidad —como páginas web, enlaces o términos y condiciones— siempre que: (i) dicha información resulte consistente con el mensaje contenido en sus anuncios; (ii) las fuentes informativas sean identificadas expresamente en la publicidad; y, (iii) el acceso a ellas sea sencillo, gratuito y oportuno, de modo que los consumidores puedan conocer dicha información antes de adoptar una decisión económica[9].

17. No debemos equiparar un anuncio publicitario con un contrato de consumo. Los anuncios publicitarios no están destinados a contener de manera exhaustiva la totalidad de las condiciones aplicables al producto o servicio ofrecido, especialmente si se considera las limitaciones propias de algunos medios de difusión. En ese sentido, resulta admisible que determinados aspectos de las ofertas publicitadas sean desarrollados a través de información complementaria, a fin de evitar la sobrecarga informativa del consumidor, siempre que se cumpla lo señalado en el numeral precedente[10].

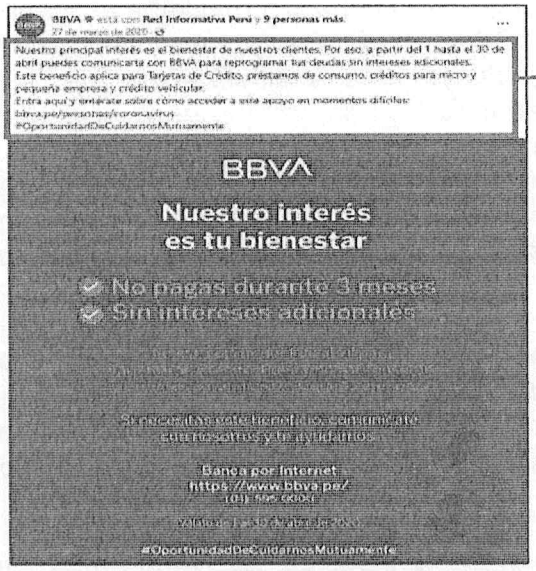
18. En sus descargos, el banco imputado indicó que el beneficio ofrecido no estaba referido a la suspensión de la totalidad de la deuda –como se indicó en la imputación de cargos–. Por el contrario, sostuvo que dicho beneficio únicamente era aplicable al pago mínimo exigible y que ello constaba en los términos y condiciones correspondientes, a los cuales se podía acceder a través del u enlace de su página web:

---

9 Criterio señalado en la Resolución 1602-2007/TDC-INDECOPI del 3 de septiembre de 2007 ("Precedente Metro").

10 Ver nota a pie anterior.

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



> *Nuestro principal interés es el bienestar de nuestros clientes. Por eso, a partir del 1 hasta el 30 de abril puedes comunicarte con BBVA para reprogramar tus deudas sin intereses adicionales.*
> *Este beneficio aplica para Tarjetas de Crédito, préstamos de consumo, créditos para micro y pequeña empresa y crédito vehicular.*
> ***Entra aquí y entérate sobre cómo acceder a este apoyo en momentos difíciles:***
> ***bbva.pe/personas/coronavirus***
> ***#OportunidadDeCuidarnosMutuamente*** (Énfasis agregado)

Términos y Condiciones del Beneficio

¿En qué consiste?

Tarjetas de Crédito Persona Natural

Podrás reprogramar tu pago mínimo en soles y dólares hasta por 3 meses sin intereses adicionales, y podrás seguir usando tu tarjeta si cuentas con línea disponible.

Aplica para tus vencimientos de abril, mayo y junio.

El importe reprogramado pasará a formar parte del saldo revolvente de tu tarjeta de crédito, recuerda que la reprogramación sin intereses adicionales sólo aplica sobre el pago mínimo, en caso exista diferencia entre el pago mínimo reprogramado y el pago total se aplicará la tasa de compras de tu tarjeta de crédito y los intereses generados se incluirán en tu siguiente estado de cuenta.

19. Sobre el particular, el pago mínimo es el monto que el titular de una obligación crediticia debe abonar en cada periodo para evitar incurrir en mora, y se calcula considerando el total de obligaciones de la línea de crédito (deuda revolvente, cuotas, obligaciones vencidas y cargos), permitiendo la amortización progresiva del saldo si se paga oportunamente y no se generan nuevos consumos. Por su parte, el pago total o saldo deudor corresponde al monto íntegro adeudado en un periodo determinado, incluyendo todos los conceptos asociados, cuya cancelación implica la extinción completa de la obligación crediticia[11].

[11] Definiciones tomadas de la Circular B-2206-2012, Metodología de cálculo del pago mínimo en líneas de crédito y otras modalidades revolventes, para créditos a pequeñas empresas, microempresas y de consumo, emitida por la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP el 28 de diciembre de 2012.

20. En el presente caso, la precisión relativa a que el beneficio resultaba aplicable únicamente al pago mínimo exigible no contradice el mensaje transmitido por el Anuncio Cuestionado, sino que constituye una especificación de las condiciones concretas de la facilidad anunciada. Ello, ya que el mencionado anuncio no indicó los alcances de la reprogramación anunciada, sino que remitía expresamente a canales informativos mediante los cuales los consumidores podían conocer los términos y alcances específicos del beneficio ofrecido para clientes de determinados productos financieros del banco imputado.

21. En efecto, los canales informativos consignados en el anuncio —la página web institucional y la línea telefónica del Banco— permitían a los consumidores acceder de manera gratuita, sencilla y oportuna a la información complementaria relativa a las condiciones de acceso y aplicación del beneficio anunciado.

22. La accesibilidad de tal información complementaria se ve corroborada, al considerar que el propio señor Vargas –en un reclamo formulado ante el Banco[12]– reconoció haber accedido tanto a la publicidad difundida como a la información contenida en la página web institucional –que contenía los mencionados términos y condiciones del beneficio anunciado–.

23. Finalmente, si bien en el expediente no obra evidencia de que la primera instancia haya verificado el contenido de la información consignada en el enlace indicado por la denunciada acerca de los términos y condiciones del beneficio, tal circunstancia no desvirtúa el análisis expuesto. Lo anterior, dado que ninguna de las partes ha negado que dicha información haya estado contenida en el referido enlace; siendo además que el propio denunciante –en el reclamo aludido en el párrafo previo– reconoció que tuvo acceso a la mencionada información complementaria. Por lo tanto, tal alegación queda desvirtuada.

24. En consecuencia, al haberse verificado que el Banco no infringió el principio de veracidad, corresponde confirmar la Resolución 0173-2025/CCD-INDECOPI, que declaró infundada la denuncia formulada por el señor Vargas contra el Banco por la comisión de actos de engaño.

IV. RESUELVE:

Confirmar la Resolución 0173-2025/CCD-INDECOPI del 13 de agosto de 2025, que declaró infundada la denuncia del señor [redacted] contra el

[12] Reclamo 21072001377 formulado por el señor Vargas el 9 de noviembre de 2020, y remitido por el Banco a través de sus descargos.

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

Banco BBVA Perú S.A. por la comisión de actos de competencia desleal en la modalidad de engaño, supuesto previsto en el artículo 8 del Decreto Legislativo 1044, Ley de Represión de la Competencia Desleal.

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

Indecopi Firma Digital

Firmado digitalmente por CALDERON LOPEZ Andres Francisco FAU 20133840533 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 25.05.2026 12:20:33 -05:00

ANDRÉS FRANCISCO CALDERÓN LÓPEZ
Presidente

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

El voto en discordia de los señores vocales Ana Rosa Cristina Martinelli Montoya y Julio Carlos Lozano Hernández es el siguiente:

Los vocales que suscriben el presente voto discrepan respetuosamente del voto en mayoría y consideran que el recurso de apelación presentado por el [redacted] debe ser declarado fundado. Lo anterior, con base en las siguientes razones:

1. En el Anuncio Cuestionado, el Banco consignó, de modo destacado, las frases *"No pagas durante 3 meses"* y *"Sin intereses adicionales"*, acompañadas de indicaciones como *"Aplicable a partir del 1 de abril para Tarjetas de Crédito. Prestamos al consumo y Créditos para Micro y Pequeña Empresa"*. Asimismo, el mencionado anuncio se enmarca en un mensaje orientado al bienestar del cliente (*"Nuestro interés es tu bienestar"*) y a la idea de apoyo frente a la coyuntura económica derivada de la pandemia de la Covid-19

2. Considerando lo anterior, a través de una lectura integral y superficial, se aprecia que el referido anuncio es susceptible de dar a entender que el Banco ofrecía un beneficio, aplicable desde abril de 2020[13], para que los deudores de los productos financieros señalados –entre ellos, las tarjetas de crédito– no paguen sus deudas durante tres (3) meses, y que durante tal período no se les aplicaría el cobro de intereses.

3. Cabe precisar que, atendiendo al contexto de difusión del anuncio ——en el cual diversas personas tuvieron que suspender sus actividades económicas por las restricciones sanitarias y de desplazamiento derivadas de la pandemia del Covid-19[14], y que varias entidades financieras ofrecían beneficios para

---

13 Ello, en tanto en el Anuncio Cuestionado se indicó que el beneficio ofrecido por el Banco era válido del 1 al 30 de abril de 2020.

14 Así, el Banco Central de Reserva del Perú señaló en su Memoria del año 2020 que *Tras la detección de los primeros casos de COVID-19 en el Perú en marzo, el Gobierno aplicó una de las cuarentenas más estrictas del mundo para contener el avance de los contagios. Así, se paralizaron la mayoría de sectores productivos, dejando en operación solo los considerados como esenciales. Esta restricción deterioró significativamente el empleo, la producción y, consecuentemente, las expectativas de los agentes acerca de la evolución futura de la economía*".

[Subrayado agregado]

Disponible en: https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Memoria/2020/memoria-bcrp-2020.pdf (Fecha de consulta: 12 de mayo de 2026).

Por su parte, la Comisión de Económica para América Latina y el Caribe señaló, en su Informe sobre el Impacto económico en América Latina y el Caribe para la enfermedad por coronavirus del 26 de marzo de 2020, que *los esfuerzos para controlar la pandemia se centran en restricciones a la circulación de individuos, lo que afecta la actividad productiva en diferente medida según cada sector. Las cuarentenas y el aislamiento social significaron fuertes caídas en actividades como la aviación, el turismo, el comercio y las zonas francas. Las empresas, independientemente de su tamaño, enfrentan importantes disminuciones de sus ingresos, dificultades para el acceso al crédito y un aumento en la probabilidad de insolvencia. Además, los trabajadores sufren un marcado deterioro en las condiciones laborales, empleo o ingresos que, sumado a lo anterior, lleva a un deterioro en la demanda agregada de los países y a aumentos en la pobreza*.

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

suspender la exigibilidad de créditos[15]–, y considerando que el anuncio no incorporaba precisión alguna respecto de una eventual limitación del beneficio, era susceptible de transmitir la idea de que la suspensión de pagos y de intereses anunciada aplicaba al íntegro de las obligaciones derivadas de los productos financieros señalados, y no únicamente al pago mínimo exigible.

4. En este punto, cabe precisar que, si bien los anunciantes pueden poner a disposición de los consumidores información complementaria a través de otros medios —como páginas web, enlaces o documentos de términos y condiciones—, dicha información únicamente puede cumplir una función aclaratoria o complementaria del mensaje principal. En ningún caso puede contradecir o desnaturalizar el mensaje del anuncio, evaluado desde una apreciación integral y superficial[16].

5. Ello se sustenta en que los consumidores no tienen la obligación de acceder, revisar o conocer la totalidad de los canales informativos utilizados por el anunciante, sino que forman su percepción a partir del contenido del anuncio al que efectivamente se encuentran expuestos. En consecuencia, el análisis de veracidad debe centrarse en el mensaje que transmite el anuncio cuestionado por sí mismo, sin exigir al consumidor una búsqueda adicional de información.

6. Por lo tanto, pese a que el Banco –a través de los términos y condiciones del Anuncio Cuestionado, transmitidos mediante su página web y su línea telefónica– haya puesto de disposición de los consumidores la indicación de que el beneficio anunciado únicamente era aplicable al pago mínimo exigible; tal circunstancia no es suficiente para concluir que la publicidad analizada

---

[Subrayado agregado]

Disponible en: https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/2dd758a3-2146-433e-b596-2c38306b183d/content (Fecha de consulta: 12 de mayo de 2026).

15 Al respecto, la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP señaló lo siguiente:

> (...) *mediante el Oficio Múltiple N° 11163-2020, se ampliaron las facultades para la reprogramación de los créditos. Se permitió modificar las condiciones contractuales de manera masiva, previa evaluación del impacto sobre el portafolio de deudores; y, se contempló el mecanismo para que aquellos deudores, que no deseen la reprogramación, puedan solicitar que esta sea revertida. Como resultado de estas medidas, al 30 de abril, las entidades del sistema financiero habían reprogramado 8.1 millones de créditos por un total de S/ 115,690 millones, monto que representa el 33% de su cartera de créditos (22% reprogramación individual y 11% reprogramación masiva).*

Disponible en: https://www.sbs.gob.pe/boletin/detalleboletin/idbulletin/1111 (Fecha de consulta: 12 de mayo de 2026).

16 Criterio señalado en la Resolución 1602-2007/TDC-INDECOPI del 3 de septiembre de 2007 ("Precedente Metro"); en la Resolución 0088-2025/SDC-INDECOPI del 23 de abril de 2025, correspondiente al procedimiento de oficio seguido contra el Banco de Crédito del Perú; y en la Resolución 0290-2025/SDC-INDECOPI del 29 de diciembre de 2025, correspondiente al procedimiento seguido por la Asociación de Consumidores y Usuarios de la Región Ancash contra Reckitt Benckiser Perú S.A.

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

transmita el mensaje de que el referido beneficio solo aplica al pago mínimo (y no al saldo total del mes). Por el contrario, dicha información no complementaba el mensaje principal del anuncio, sino que restringía sustancialmente su alcance, generando una contradicción respecto de la expectativa razonablemente creada en los consumidores.

7. En esa misma línea, aunque el [redacted] hubiera tomado conocimiento del alcance de los beneficios ofrecidos a través del Anuncio Cuestionado, tal alegado hecho no desvirtúa que el anuncio haya sido susceptible de transmitir el mensaje imputado.

8. Igualmente, aunque la SPC haya determinado –en la Resolución 0932-2023/SPC-INDECOPI, citada por la denunciada– que el [redacted] tuvo acceso a información adicional antes de acogerse al beneficio ofrecido, por lo que no se habría configurado una infracción a las normas de protección al consumidor; tal hecho no incide en la determinación del acto de engaño evaluado en este este caso, dado que ambos procedimientos versan sobre materias distintas[17].

9. En consecuencia, consideramos que el Banco infringió el principio de veracidad a través del Anuncio Cuestionado, pues dio a entender a los consumidores que las facilidades ofrecidas implicaban una suspensión o diferimiento general de sus obligaciones crediticias, cuando en realidad el beneficio se encontraba limitado únicamente al pago mínimo exigible.

10. De acuerdo con lo anterior, desde nuestro punto de vista debe revocarse la Resolución 0173-2025/CCD-INDECOPI, que declaró infundada la denuncia formulada por el [redacted] contra el Banco por la comisión de actos de engaño; y, reformándola, debe declararse fundada la denuncia.

Indecopi Firma Digital
Firmado digitalmente por MARTINELLI MONTOYA Ana Rosa Cristina FAU 20133840533 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 25.05.2026 13:07:11 -05:00

ANA ROSA CRISTINA MARTINELLI MONTOYA
Vocal

REPÚBLICA DEL PERÚ FIRMA DIGITAL
Firmado digitalmente por: LOZANO HERNANDEZ Julio Carlos FAU 20133840533 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 25/05/2026 14:57:53 -0500

JULIO CARLOS LOZANO HERNANDEZ
Vocal

---

17 Ello, puesto que en este caso no se está evaluando si, en el marco de la relación de consumo existente entre el denunciante y el Banco, este último le brindó información suficiente para la adopción de su decisión de consumo; sino que se analiza si el Anuncio Cuestionado transmitió el mensaje imputado y si el denunciado acreditó su veracidad.

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