PROCEDENCIA	:	COMISIÓN DE FISCALIZACIÓN DE LA COMPETENCIA DESLEAL
DENUNCIANTE	:	SISTEMAS TECNOLÓGICOS MODERNOS S.A.C.[1]
DENUNCIADAS	:	RIDETECHNOLOGY GLOBAL FZ-LLC[2] 3W DEVELOPMENT S.A.C.[3] DELIVERY TECHNOLOGIES S.A.C.[4]
MATERIAS	:	COMPETENCIA DESLEAL ACTOS DE COMPARACIÓN INDEBIDA
ACTIVIDAD	:	SERVICIO DE TAXI POR APLICATIVO

SUMILLA: se CONFIRMA la Resolución 0136-2025/CCD-INDECOPI del 8 de julio de 2025, que declaró INFUNDADA la denuncia presentada por Sistemas Tecnológicos Modernos S.A.C. contra Ridetechnology Global FZ-LLC por la comisión de actos de competencia desleal en la modalidad de comparación indebida, supuesto establecido en el artículo 12 del Decreto Legislativo 1044, Ley de Represión de la Competencia Desleal.

Esta decisión se sustenta en que no se verifican elementos que determinen que la publicidad difundida por Ridetechnology Global FZ-LLC genere, en los consumidores, una identificación directa o indirecta de Sistemas Tecnológicos Modernos S.A.C. o de su oferta comercial, lo cual constituye un presupuesto indispensable para la configuración del acto de comparación indebida que ha sido objeto de imputación contra la empresa denunciada.

Lima, 8 de junio de 2026

I. ANTECEDENTES

1. El 27 de septiembre de 2024, complementado el 20 de octubre de 2024, Sistemas Tecnológicos Modernos S.A.C.[5] (en adelante, Sistemas Tecnológicos) interpuso una denuncia contra Ridetechnology Global FZ-LLC (en adelante, Ridetechnology), 3W Development S.A.C. (en adelante, 3W) y Delivery Technologies S.A.C. (en adelante, Delivery) ante la Secretaría Técnica de la

---

[1] Identificado con Registro Único de Contribuyentes (RUC) 20604210390.

[2] Identificado con Registro Único de Contribuyentes (RUC) 20613565907.

[3] Identificado con Registro Único de Contribuyentes (RUC) 20605296816.

[4] Identificado con Registro Único de Contribuyentes (RUC) 20609707586.

[5] En el mencionado escrito de denuncia, Sistemas Tecnológicos señaló ser una empresa local que presta servicios en el Perú a la plataforma Indrive, operada por la sociedad extranjera I.N.D. Mobile Technologies Ltd. En ese sentido, a efectos didácticos y para una mayor comprensión del caso, la recurrente puede ser denominada Sistemas Tecnológicos o Indrive, indistintamente.

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

Documento electrónico firmado digitalmente en el marco de la Ley N°27269, Ley de Firmas y Certificados Digitales, su reglamento y modificatorias.
La integridad del documento y la autoría de la(s) firma(s) pueden ser verificadas en: https://apps.firmaperu.gob.pe/web/validador.xhtml

Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal[6] (en adelante, la Secretaría Técnica de la Comisión) por la presunta realización de actos de competencia desleal en la modalidad de comparación indebida, supuesto previsto en el artículo 12 del Decreto Legislativo 1044, Ley de Represión de la Competencia Desleal[7] (en adelante, Ley de Represión de la Competencia Desleal)[8]. La denuncia se sustentó en los siguientes argumentos[9]:

(i) En el Perú, el mercado de plataformas digitales de transporte de personas se brinda, principalmente, a través de las siguientes aplicaciones: Aló Taxi, Cabify, Didi, Directo, Indrive, Mi taxi Arequipa, Perú Taxi, Remises Vip Perú, Satelital 3555555, Taxi Mamá SOS, Taxi Remis Chimbote, Taxi Sonrisas, Uber y Yango.

(ii) Yango e Indrive son aplicaciones que compiten en el mercado de plataformas digitales de transporte de personas y que se diferencian por su modelo de negocio y por el enfoque que adoptan hacia los usuarios. Yango se centra en la fijación de tarifas mediante algoritmos mientras que Indrive permite que los usuarios negocien libre y directamente las tarifas con los conductores sin la intervención de un algoritmo que determine el monto de la tarifa a pagar.

(iii) A comienzos de septiembre de 2024, tomó conocimiento de que los denunciados habrían difundido un anuncio publicitario de la aplicación Yango en la avenida Paseo de la República, distrito de La Victoria, provincia y departamento de Lima. Dicho anuncio se encontraba instalado en la fachada lateral de un edificio situado en las inmediaciones del centro comercial Polvos Azules, en cuyo extremo opuesto ya se había

---

6 Sistemas Tecnológicos señaló que Ridetechnology sería el titular de la plataforma Yango. Agregó que 3W sería un socio estratégico en el Perú y Delivery sería una empresa local de Ridetechnology.

7 **DECRETO LEGISLATIVO 1044. LEY DE REPRESIÓN DE LA COMPETENCIA DESLEAL**
Artículo 12.- Actos de comparación y equiparación indebida
12.1.- Los actos de comparación consisten en la presentación de las ventajas de la oferta propia frente a la oferta competidora; mientras que los actos de equiparación consisten en presentar únicamente una adhesión de la oferta propia sobre los atributos de la oferta ajena. Para verificar la existencia de un acto de comparación o de equiparación se requiere percibir una alusión inequívoca, directa o indirecta, sobre la oferta de otro agente económico, incluso mediante la utilización de signos distintivos
12.2.- Estos actos se reputan lícitos siempre que cumplan con lo indicado en el párrafo 11.2 de la presente Ley, caso contrario configurarán actos de competencia desleal.

8 Es preciso señalar que, Sistemas Tecnológicos denunció la presunta comisión de actos de competencia desleal en las modalidades de denigración y comparación indebida, supuestos establecidos en los artículos 11 y 12 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal, respectivamente. No obstante, mediante la Resolución s/n del 13 de noviembre de 2024, la Secretaría Técnica de la Comisión admitió a trámite la denuncia y determinó que únicamente correspondía imputar los hechos denunciados bajo la presunta comisión de actos de comparación indebida.

9 Sistemas Tecnológicos solicitó que se ordene en calidad de medidas correctivas, el cese definitivo e inmediato de los actos de comparación indebida y la publicación de un aviso rectificatorio en los mismos medios de difusión a través de los cuales se produjo el agravio. Asimismo, solicitó que se disponga el pago a su favor de las costas y costos incurridos en el trámite del procedimiento.

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

Documento electrónico firmado digitalmente en el marco de la Ley N°27269, Ley de Firmas y Certificados Digitales, su reglamento y modificatorias.
La integridad del documento y la autoría de la(s) firma(s) pueden ser verificadas en: https://apps.firmaperu.gob.pe/web/validador.xhtml

colocado previamente, en la fachada de otro edificio, un anuncio publicitario del servicio ofrecido por Indrive.

(iv) La publicidad difundida por los denunciados contiene diversos elementos que permiten concluir la existencia de una alusión inequívoca indirecta a la oferta comercial de Indrive debido a que:

a. La publicidad de Yango se presenta frente a la de Indrive, a modo de aparente respuesta a esta última. Si bien la distancia entre ambos anuncios es de aproximadamente cien (100) metros, su gran tamaño les otorga una alta visibilidad, pues ocupan casi la totalidad de las estructuras de los edificios en los que se encuentran instalados.

b. La publicidad de Yango incorpora un recuadro (forma rectangular) similar al utilizado de manera característica por los usuarios de Indrive para proponer a los conductores el precio de los viajes solicitados, empleando incluso el mismo color verde que identifica los servicios de dicha plataforma.

c. En redes sociales como Instagram y TikTok se difundieron diversos videos que evidencian la existencia de una alusión inequívoca por parte de Yango respecto de la oferta comercial de Indrive. Dicha referencia se ve corroborada por los numerosos comentarios realizados por los destinatarios de la publicidad cuestionada[10].

(v) Con la finalidad de resaltar las supuestas ventajas de su oferta frente al de la oferta competidora, el anuncio de Yango consigna la frase "Tu seguridad no se negocia". Dicha expresión daría a entender que el uso de la plataforma de Indrive —o la posibilidad de ofrecer un precio a los conductores— implicaría poner en riesgo la seguridad de los usuarios, en contraste con la seguridad del servicio prestado por Yango.

(vi) La supuesta ventaja del servicio prestado por Yango y difundida en el anuncio en cuestión no cumpliría con los requisitos de licitud establecidos en la Ley de Represión de la Competencia Desleal, por los siguientes argumentos:

a. No es objetiva, verdadera ni exacta, debido a que no existe un parámetro unívoco que permita determinar si una aplicación es segura. Una aplicación podría ser considerada segura en función de

[10] Conforme a los alcances de la denuncia, algunos de los comentarios o reacciones referidos por los usuarios de las mencionadas redes sociales son: *"a todo esto, ¿cuál de los dos (2) es mejor", "y están frente del otro", "eso es pelea publicitaria", "interesante caso de competencia desleal o difamación", "MKT de Guerrilla", "Mucha coincidencia o indirecta? Yango responde a InDrive sobre el precio de sus tarifas al utilizar la aplicación", "Le rompió la tarifa a InDriue".*

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

Documento electrónico firmado digitalmente en el marco de la Ley N°27269, Ley de Firmas y Certificados Digitales, su reglamento y modificatorias.
La integridad del documento y la autoría de la(s) firma(s) pueden ser verificadas en: https://apps.firmaperu.gob.pe/web/validador.xhtml

diversos factores, tales como la cantidad y el rigor de los requisitos exigidos a los conductores o a los vehículos, la existencia de un sistema de calificación más robusto para conductores y pasajeros, la celebración de acuerdos con autoridades competentes —como la Policía Nacional del Perú—, entre otros elementos relevantes.

En la guía del Indecopi sobre las aplicaciones de movilidad de personas denominada *"Checa tu taxi"*, emitida en el año 2024, se puede advertir que el servicio prestado por Indrive presentaría mayores estándares de seguridad que el prestado por Yango[11].

b. No es pertinente en cuanto a la forma, pues la publicidad de Yango apela al sarcasmo y la burla al aludir a la oferta comercial de Indrive. En dicha publicidad se muestra el rectángulo en el que, de manera característica por ser un elemento de su plataforma, los usuarios de Indrive proponen a los conductores los precios de los viajes, el cual aparece representado de forma partida por la mitad.

Dicha representación ha sido, además, identificada por las personas que han comentado los videos difundidos en redes sociales que contienen la publicidad en cuestión.

2. Mediante Resolución s/n del 13 de noviembre de 2024, la Secretaría Técnica de la Comisión admitió a trámite la denuncia formulada por Sistemas Tecnológicos e imputó a Ridetechnology, 3W y Delivery lo siguiente[12]:

- La presunta comisión de actos de competencia desleal en la modalidad de comparación indebida, supuesto establecido en el artículo 12 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal, debido a que vendrían difundiendo publicidad de su plataforma digital "Yango", en un panel ubicado en la avenida Paseo de la República, distrito de la Victoria, provincia y departamento de Lima. Este anuncio se encontraría a una corta distancia de la publicidad de "Indrive" (extremo opuesto), e incluiría un rectángulo en color verde (que reflejaría a aquel que aparece en la plataforma "Indrive" cuando los usuarios ofrecen un monto a los conductores sobre los precios de los viajes solicitados), en conjunto con la afirmación "Tu seguridad no se negocia", lo cual aludiría inequívocamente a la oferta de la denunciante. A través de él se daría a entender que el servicio de "Indrive" no sería seguro, ello frente al servicio de "Yango" que sí lo sería, lo cual no cumpliría con los

---

11 La referida guía puede ser consultada en el siguiente sitio web: https://www.gob.pe/institucion/indecopi/informes-publicaciones/5191911-comparativo-checa-tu-taxi

12 Cabe señalar que, mediante Resolución s/n del 12 de diciembre de 2024, la Secretaría Técnica de la Comisión subsanó el error material contenido en la mencionada Resolución s/n del 13 de noviembre de 2024, en la que únicamente se consignó como imputadas a 3W y Delivery, cuando debió comprender también a Ridetechnology.

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

Documento electrónico firmado digitalmente en el marco de la Ley N°27269, Ley de Firmas y Certificados Digitales, su reglamento y modificatorias.
La integridad del documento y la autoría de la(s) firma(s) pueden ser verificadas en: https://apps.firmaperu.gob.pe/web/validador.xhtml

requisitos de licitud establecidos en el numeral 11.2 del artículo 11 del Decreto Legislativo 1044 - Ley de Represión de la Competencia Desleal, debido a las siguientes razones:

a. Se trataría de información subjetiva, falsa e inexacta, debido a que no existiría un parámetro inequívoco para determinar si una aplicación es segura, aunado al hecho de que según la Guía del Indecopi sobre las aplicaciones de movilidad de personas "Checa tu taxi", el servicio de "InDrive", de la denunciante, sería más seguro que "Yango", de las imputadas.

b. No sería pertinente en la forma ni en el fondo, en tanto las imputadas utilizarían el sarcasmo y la burla para referirse a la oferta de la denunciante.

3. El 10 y el 21 de enero de 2025, 3W y Delivery, respectivamente, formularon sus descargos y solicitaron que se declare improcedente la imputación formulada en su contra, pues no calificarían como anunciantes bajo los términos de la Ley de Represión de la Competencia Desleal, toda vez que no participaron en la materialización o difusión del anuncio en cuestión[13].

4. El 13 de marzo de 2025, Ridetechnology formuló sus descargos, manifestando lo siguiente[14]:

(i) En abril del 2023 ingresó al mercado peruano de servicio de intermediación digital para la movilidad de pasajeros, a través de la aplicación Yango.

(ii) El anuncio publicitario cuestionado no constituye publicidad comparativa, sino que tenía como único objetivo contribuir a la promoción de la seguridad como un elemento esencial del servicio brindado.

(iii) Sobre la presunta existencia de una alusión indirecta, según la denunciante esta se derivaría de la concurrencia de tres (3) elementos: (i) el posicionamiento físico del anuncio cuestionado; (ii) el uso de

---

13 Asimismo, 3W y Delivery señalaron que, conforme a la información consignada en el RUC de la SUNAT —y, en el caso de 3W, también en Facebook—, sus giros de negocio no se vinculan al transporte de pasajeros, sino al desarrollo de software y a la intermediación para el transporte de paquetería dirigida exclusivamente a personas jurídicas, respectivamente.

14 Cabe señalar que, mediante escrito del 7 de febrero de 2025, Ridetechnology se apersonó voluntariamente al procedimiento y cuestionó la validez de las notificaciones efectuadas, señalando que el inicio del procedimiento fue remitido al correo support@yango.com cuando correspondía realizar la notificación en su domicilio físico. Asimismo, mediante escrito presentado el 17 de febrero de 2025, Ridetechnology cuestionó la validez de la notificación realizada en Dubái, alegando que no se observaron las formalidades aplicables a personas jurídicas extranjeras, y solicitó que los actuados sean notificados a la casilla electrónica fijada en dicho escrito.

Documento electrónico firmado digitalmente en el marco de la Ley N°27269, Ley de Firmas y Certificados Digitales, su reglamento y modificatorias.
La integridad del documento y la autoría de la(s) firma(s) pueden ser verificadas en: https://apps.firmaperu.gob.pe/web/validador.xhtml

elementos visuales presuntamente característicos de la oferta de la denunciante; y, (iii) los comentarios efectuados por usuarios en redes sociales.

Respecto al posicionamiento físico del anuncio cuestionado

a. Ambas piezas no podrían ser contrastadas de manera conjunta como sugiere la denunciante, en tanto no son colindantes y se encuentran ubicadas en direcciones opuestas de la avenida[15].

b. La elección del espacio publicitario respondió a un análisis de mercado basado en criterios de eficiencia, tales como densidad poblacional, flujo de tránsito y permanencia visual, y no constituyó una respuesta a la publicidad de Indrive.

Respecto al uso de elementos visuales presuntamente característicos de la oferta de la denunciante

a. La frase "Tu seguridad no se negocia" hace un uso extendido del término "negociar" y debe entenderse como una expresión equivalente a "con tu seguridad no se juega" o "tu seguridad no es un asunto menor", sin que ello implique alguna referencia a la oferta de un competidor específico.

b. La referida frase ha sido comúnmente utilizada en diferentes campañas publicitarias en el Perú. Incluso, el Ministerio del Interior utilizó dicha expresión en una publicidad institucional bajo los términos "La integridad no se negocia".

c. Asumir que esta expresión hace única y exclusivamente alusión a la oferta de la denunciante resultaría erróneo. Más aun teniendo en cuenta que la denunciante no es la única empresa en el mercado de plataformas digitales de transporte de personas que permite la posibilidad de negociar el precio[16], ni el único agente en el mercado de transporte de pasajeros en la modalidad de taxi que permite dicha práctica[17].

---

15 El anuncio de Indrive se ubica en el Jirón Raimondi (distrito de La Victoria, Lima), con sentido hacia el sur, mientras que el anuncio cuestionado se encuentra en la avenida Paseo de la República (distrito de La Victoria, Lima), con dirección hacia el norte.

16 La imputada sostuvo que Didi también permite la negociación de precios, e incluso, al momento de la difusión de la publicidad cuestionada, mantenía una campaña denominada "Pon tu precio".

17 Ridetechnology aseveró que la negociación también es una conducta común y ampliamente utilizada por los taxis independientes, así como por los denominados "colectivos", por lo que no es una práctica exclusiva de las plataformas digitales.

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

Documento electrónico firmado digitalmente en el marco de la Ley N°27269, Ley de Firmas y Certificados Digitales, su reglamento y modificatorias.
La integridad del documento y la autoría de la(s) firma(s) pueden ser verificadas en: https://apps.firmaperu.gob.pe/web/validador.xhtml

d. Con relación a los elementos gráficos incorporados en el anuncio cuestionado —esto es, la casilla de forma rectangular y la utilización del color verde—, las plataformas digitales de intermediación en el transporte de pasajeros exhiben, de manera uniforme a nivel global, interfaces con características semejantes. Se trata de recursos genéricos que carecen de distintividad y, por ende, no permiten individualizar ni identificar una oferta específica[18].

Respecto a los comentarios efectuados por usuarios en redes sociales

a. Estos no constituyen evidencia objetiva ni verificable, pues se trataría de apreciaciones individuales de los usuarios, basadas en percepciones personales carentes de rigor técnico o representatividad estadística[19].

5. El 15 de mayo de 2025, Sistemas Tecnológicos reiteró lo expuesto en su denuncia y aportó argumentos adicionales bajo los siguientes términos:

(i) Indrive participa en el mercado peruano desde hace más de cinco (5) años y, según información difundida en el año 2024 a través de los sitios web de CCR Quore y Perú Retail, habría alcanzado un nivel de preferencia superior al de la mayoría de sus competidores, consolidándose como la aplicación de transporte en taxi de uso más frecuente entre los consumidores[20].

(ii) La publicidad de Indrive, al estar dispuesta en un soporte de doble frente en forma de "L", habría sido utilizada por la denunciada para proyectar de manera simultánea un presunto mensaje comparativo entre dos ofertas comerciales, perceptible de forma directa por conductores y transeúntes, considerando además las dimensiones significativas de ambas piezas, cuya altura supera aproximadamente los treinta (30) metros.

---

18 En relación con el color verde presente en el anuncio imputado, Ridetechnology añadió que la plataforma digital de Yango, en la cual se habilita la funcionalidad de negociación de precios en determinados mercados internacionales, también emplea dicho color en su interfaz, por lo que su uso constituye un recurso gráfico común en el sector, carente de singularidad o distintividad suficiente para individualizar una oferta específica.

19 La imputada hizo referencia a la Resolución 0106-2024/SDC-INDECOPI del 18 de junio de 2024, emitida en el procedimiento seguido por Telefónica del Perú S.A.A. y América Móvil Perú S.A.C. contra Wi-Net Telecom S.A.C. En dicho pronunciamiento, la Sala precisó que los comentarios de consumidores no constituyen elementos probatorios idóneos, pues reflejan únicamente percepciones de un grupo determinado de usuarios. Solo podrían adquirir valor probatorio si se obtienen mediante criterios de muestreo estadístico debidamente establecidos.

20 La denunciante citó la información contenida en las sitios web https://www.ccrlatam.com.pe/blog/aplicativos-de-taxi-en-lima-uber-e-indrive-y-sus-preferencias-en-el-mercado y https://www.peru-retail.com/apps-de-taxis-en-peru-cual-prefieren-los-peruanos-y-cuanto-dinero-mueven/

Documento electrónico firmado digitalmente en el marco de la Ley N°27269, Ley de Firmas y Certificados Digitales, su reglamento y modificatorias.
La integridad del documento y la autoría de la(s) firma(s) pueden ser verificadas en: https://apps.firmaperu.gob.pe/web/validador.xhtml

(iii) Carece de sustento sostener que la ubicación del anuncio cuestionado obedezca a una elevada afluencia vehicular o peatonal, especialmente considerando la existencia de otras zonas de la ciudad de Lima —como la avenida Javier Prado o la Panamericana Sur— que constituyen espacios estratégicos para la difusión de publicidad de alto impacto y visibilidad.

(iv) Indrive tiene una participación en el mercado significativamente superior a Didi (57% frente a 6%). Además, es la única plataforma que ofrecería la negociación de precios como una funcionalidad central y exclusiva, mientras que Didi opera bajo un esquema mixto que no coloca dicha opción en el centro de su modelo de negocio.

(v) La incorporación de modalidades de prestación del servicio de taxi distintas a aquella ofrecida mediante plataformas digitales habría tenido por finalidad ampliar de manera artificial la definición del mercado, con el objeto de justificar el contenido del mensaje publicitario cuestionado.

(vi) El empleo del color verde por parte de la denunciante en la plataforma digital que opera en el mercado brasileño evidenciaría que dicho elemento cromático constituye un signo diferenciador relevante, susceptible de identificación en el mercado peruano.

(vii) El análisis de los comentarios realizados por los consumidores en redes sociales, así como el resto de los elementos particulares que contiene la publicidad en cuestión no pueden ser interpretados de manera fragmentada y aislada.

6. El 17 de junio de 2025, se llevó a cabo la audiencia de informe oral, en el cual las partes reiteraron los argumentos que formularon a lo largo del procedimiento.

7. El 23 de junio de 2025, Ridetechnology reiteró lo expuesto en sus descargos y adicionalmente señaló que la frase "Tu seguridad no se negocia" también viene siendo utilizada en una campaña publicitaria del aplicativo de taxi "Satelital".

8. Mediante Resolución 0136-2025/CCD-INDECOPI del 8 de julio de 2025, la Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal (en adelante, la Comisión) declaró infundada la denuncia presentada por Sistemas Tecnológicos contra Ridetechnology, 3W y Delivery por la presunta comisión de actos de comparación indebida. Dicho pronunciamiento se sustentó en las siguientes consideraciones:

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

Documento electrónico firmado digitalmente en el marco de la Ley N°27269, Ley de Firmas y Certificados Digitales, su reglamento y modificatorias.
La integridad del documento y la autoría de la(s) firma(s) pueden ser verificadas en: https://apps.firmaperu.gob.pe/web/validador.xhtml

Respecto a 3W y Delivery

(i) De la información consignada en el RUC de la SUNAT se desprende que 3W desarrolla actividades vinculadas al software y a soluciones tecnológicas, mientras que Delivery se dedica a la intermediación en el transporte de paquetería. Asimismo, Carat Perú S.A.C. (en adelante, Carat) informó que la contratación de la ubicación del anuncio fue encargada por Ridetechnology[21], no habiéndose acreditado que las imputadas tuvieran control o facultad de decisión sobre la creación, contenido o difusión de la pieza publicitaria, por lo que no ostentan la condición de anunciantes.

Respecto de Ridetechnology

(i) La composición del mercado nacional de servicios de taxi por aplicativo, caracterizada por la participación de múltiples competidores que ofrecen servicios similares, no resulta determinante para acreditar una alusión inequívoca al denunciante. Conforme a lo indicado por la Sala Especializada en Defensa de la Competencia (en adelante, la Sala) en anteriores pronunciamientos[22], la pluralidad de operadores reduce la probabilidad de referencias publicitarias específicas.

(ii) Colocar anuncios contiguos en zonas urbanas de alta visibilidad responde a una estrategia de posicionamiento comercial. Sin embargo, cuando los anuncios se orientan en sentidos opuestos al tráfico, su percepción simultánea es imposible. Por las dimensiones de los anuncios, la velocidad vehicular y el trazado de la vía, el consumidor difícilmente los compara sin detenerse y hacer un esfuerzo deliberado.

(iii) La frase "Tu seguridad no se negocia" no es atribuible de forma indubitable a la oferta de otros operadores, pues se trata de una expresión común en campañas publicitarias de sectores como transporte, seguridad o atención al público. Carece de referencia a una empresa específica; por ejemplo, el aplicativo de taxis "Satelital" también la recoge, lo que evidencia su carácter no exclusivo ni distintivo.

(iv) El uso del color verde en el anuncio cuestionado no está acompañado de un signo distintivo registrado y no puede otorgarse exclusividad sobre este. Asimismo, dicho color no está acompañado de denominaciones, signos distintivos o lemas comerciales que permitan identificar sin margen

---

21 Dicha comunicación fue remitida por Carat a la Secretaría Técnica de la Comisión en atención al requerimiento de información formulado mediante Carta 151-2025/CCD, recibida el 8 de mayo de 2025.

22 Al respecto, la Comisión hizo referencia a la Resolución 0106-2024/SDC-INDECOPI del 18 de junio de 2024, emitida en el procedimiento seguido por Telefónica del Perú S.A.A. y América Móvil Perú S.A.C. contra Wi-Net Telecom S.A.C.

Documento electrónico firmado digitalmente en el marco de la Ley N°27269, Ley de Firmas y Certificados Digitales, su reglamento y modificatorias.
La integridad del documento y la autoría de la(s) firma(s) pueden ser verificadas en: https://apps.firmaperu.gob.pe/web/validador.xhtml

de error a Indrive, por lo que su uso genérico no resulta determinante para configurar la alusión inequívoca alegada.

(v) Los comentarios en redes sociales no constituyen prueba idónea de alusión inequívoca, pues solo reflejan apreciaciones personales de ciertos usuarios, sin representatividad poblacional.

(vi) Al no haberse acreditado una alusión inequívoca sobre la oferta de la denunciante, no corresponde evaluar la licitud de las afirmaciones contenidas en la publicidad cuestionada.

9. El 12 de agosto de 2025, Sistemas Tecnológicos apeló la Resolución 0136-2025/CCD-INDECOPI, señalando que adolece de un vicio de nulidad al contener una motivación aparente, en virtud de los siguientes argumentos:

Respecto a la composición del mercado de servicios de taxi por aplicativo

(i) La Comisión no ha explicado la razón por la cual el hecho de que existan diversas empresas que operan plataformas de intermediación de servicios de taxi descarta la importancia de la composición del mercado en este caso. No basta con afirmar que existen múltiples competidores; lo determinante es identificar quiénes son los actores principales del mercado.

(ii) Indrive es la única empresa que ofrece como opción central la negociación de la tarifa entre el conductor y el usuario, por lo que esto refuerza la tesis de la alusión inequívoca, pues la publicidad de Yango alude expresamente a dicha negociación con la frase "Tu seguridad no se negocia".

Respecto al posicionamiento físico de la pieza publicitaria

(i) La Comisión incurre en un error al afirmar que las piezas publicitarias no pueden ser observadas simultáneamente y que se encuentran en sentidos opuestos que impide su visualización conjunta.

(ii) Se aplicó un criterio excesivamente restrictivo que no se encuentra previsto en la normativa aplicable, al exigir que el consumidor no realice algún movimiento para comparar ambos anuncios. En la práctica, los consumidores comparan productos o mensajes publicitarios mediante movimientos naturales de la mirada o de la cabeza, tanto en espacios físicos como en contextos cotidianos como supermercados o vitrinas comerciales.

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

Documento electrónico firmado digitalmente en el marco de la Ley N°27269, Ley de Firmas y Certificados Digitales, su reglamento y modificatorias.
La integridad del documento y la autoría de la(s) firma(s) pueden ser verificadas en: https://apps.firmaperu.gob.pe/web/validador.xhtml

(iii) La ubicación específica —incluyendo el uso de una estructura de doble frente— permitió que ambos anuncios se proyectaran de manera complementaria o incluso superpuesta. Obran en el expediente medios probatorios —como imágenes, videos y herramientas como Google Maps— que demuestran que las personas pueden advertir ambas piezas en un mismo recorrido visual.

(iv) El tamaño y la ubicación de las piezas publicitarias incrementan su impacto visual y facilita la asociación entre ellas, puesto que los paneles de gran dimensión y ubicados en una zona de alto tránsito tienen una presencia dominante en el entorno urbano, lo cual favorece que cualquier consumidor establezca una relación inmediata entre ambos mensajes.

Respecto al uso de elementos típicos de la oferta de Indrive

(i) Indrive sería la primera empresa en introducir en el año 2018 el modelo de negociación de precios en este mercado y ha mantenido una participación significativamente superior frente a competidores como Didi, que se incorporó al mercado peruano en el año 2020 y que opera bajo un esquema mixto que no pone la negociación en el centro de su modelo operativo. Cualquier referencia a la negociación de tarifas constituye una alusión al servicio prestado por Indrive.

(ii) El empleo del color verde como elemento distintivo en la publicidad no debe ser analizado de forma aislada ni abstracta, sino que debe realizarse atendiendo al contexto del mercado peruano de plataformas digitales de transporte de personas y, particularmente, desde la perspectiva del consumidor que participa en dicho mercado. En ese contexto, Indrive es la única plataforma que utiliza dicho color como componente central de su identidad visual.

(iii) No es casual la referencia a la gama cromática distintiva de Indrive, ni tampoco el uso del rectángulo que simboliza el espacio de negociación de tarifas en su plataforma. Tales elementos gráficos configuran una referencia clara y deliberada a la oferta comercial de Indrive, lo que resulta acorde con la jurisprudencia que ha venido emitiendo el Indecopi[23].

---

[23] A modo de ejemplo, Sistemas Tecnológicos citó los siguientes pronunciamientos: (i) la Resolución 0131-2020/SDC-INDECOPI del 21 de octubre de 2020 en el procedimiento seguido por Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas S.A.C. contra Universidad San Ignacio de Loyola S.A.; (ii) la Resolución 2758-2010/SC1-INDECOPI del 12 de octubre de 2010 en el procedimiento seguido por Telefónica Móviles S.A. contra América Móvil Perú S.A.C.; (iii) la Resolución 0070-2020/SDC-INDECOPI del 7 de julio de 2020 en el procedimiento seguido por Procter & Gamble Perú S.R.L. contra Intradevco Industrial S.A.; y, (iv) la Resolución 0152-2018/SDC-INDECOPI del 12 de julio de 2018 en el procedimiento seguido por Compañía Nacional de Chocolates de Peru S.A. contra Chocolates Gure S.A.C.

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

Documento electrónico firmado digitalmente en el marco de la Ley N°27269, Ley de Firmas y Certificados Digitales, su reglamento y modificatorias.
La integridad del documento y la autoría de la(s) firma(s) pueden ser verificadas en: https://apps.firmaperu.gob.pe/web/validador.xhtml

(iv) La Comisión no se pronunció sobre el uso del rectángulo verde como un elemento distintivo adicional propio de Indrive, lo que constituye una omisión relevante en el análisis. A ello se suma la similitud de la expresión "Ofrece tu seguridad" con la frase "Ofrece tu tarifa".

Respecto de los comentarios en redes sociales que habrían identificado el acto de comparación realizado por Yango

(i) Los comentarios vertidos en redes sociales reflejan de forma consistente la percepción espontánea del consumidor promedio respecto de la publicidad cuestionada, evidenciando una alusión inequívoca a la oferta comercial de Indrive.

(ii) Tanto la Comisión como la Sala han señalado que la evaluación de la publicidad debe considerar todos los elementos que la integran, así como el contexto real y específico de su difusión.

(iii) El análisis conjunto e integral de los elementos concurrentes —esto es, la posición de liderazgo de Indrive en el mercado en cuestión, la reproducción de sus códigos visuales distintivos (particularmente el color verde y determinadas formas), la referencia a su atributo diferenciador ("Tu seguridad no se negocia" y "Ofrece tu seguridad"), la ubicación deliberada de la publicidad en un entorno de alta visibilidad para conductores, pasajeros y transeúntes, así como los comentarios vertidos en redes sociales que reconocen una alusión indirecta pero inequívoca a la oferta comercial de Indrive— permite concluir la existencia de una alusión inequívoca.

Respecto del cumplimiento de los requisitos de licitud

(i) La información difundida no es objetiva (ni verdadera), ni mucho menos exacta, pues no existe un parámetro unívoco para determinar si una aplicación es segura.

(ii) No es pertinente en cuanto a la forma, dado que la publicidad de Yango utiliza el sarcasmo y la burla en alusión a la oferta comercial de Indrive al mostrar el rectángulo donde típicamente los usuarios de Indrive proponen a los conductores los precios de los viajes partido por la mitad.

10. El 2 de enero de 2026, Ridetechnology absolvió la apelación presentada por Sistemas Tecnológicos, reiterando los argumentos formulados durante el trámite del procedimiento y agregando lo siguiente:

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

Documento electrónico firmado digitalmente en el marco de la Ley N°27269, Ley de Firmas y Certificados Digitales, su reglamento y modificatorias.
La integridad del documento y la autoría de la(s) firma(s) pueden ser verificadas en: https://apps.firmaperu.gob.pe/web/validador.xhtml

Respecto a la motivación aparente planteada por la denunciante

(i) El desacuerdo con el criterio de la autoridad no configura, por sí mismo, un defecto de motivación, el cual se satisface cuando la decisión expone de manera clara y razonada sus fundamentos fácticos y jurídicos.

Respecto al uso de elementos típicos de la oferta de Indrive

(i) Sobre la frase "Tu seguridad no se negocia"

a. La negociación no constituye un elemento indispensable para el uso de la aplicación de la denunciante, en la medida en que esta permite aceptar un precio predeterminado sin necesidad de negociar.

b. La interpretación planteada por la denunciante supone que el consumidor identifique el término "negociar", lo desvincule de su contexto semántico y lo asocie con un atributo técnico específico de una plataforma perteneciente a un operador determinado.

(ii) Sobre el uso del color verde que la apelante utiliza en su publicidad

a. El empleo de determinados colores puede obedecer a factores como impacto visual, legibilidad o diseño, sin implicar necesariamente una referencia, directa o indirecta, a otro agente del mercado.

(iii) Sobre el liderazgo de Indrive y su identificabilidad automática

a. Sistemas Tecnológicos incurre en el error de asumir que su supuesta posición de liderazgo en el mercado le otorga una centralidad interpretativa, en virtud de la cual cualquier elemento visual o mensaje general empleado por un competidor debería entenderse automáticamente referido a su oferta.

b. Aceptar el planteamiento de la apelante implicaría otorgarle un privilegio interpretativo injustificado, en virtud del cual el mercado, el lenguaje y los códigos visuales deberían ser interpretados bajo la lógica de su modelo de negocio. El liderazgo —real o percibido— no convierte a una empresa en el parámetro exclusivo de interpretación del mercado, ni transforma elementos generales en referencias inequívocas por el solo hecho de resultarle familiares.

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

Documento electrónico firmado digitalmente en el marco de la Ley N°27269, Ley de Firmas y Certificados Digitales, su reglamento y modificatorias.
La integridad del documento y la autoría de la(s) firma(s) pueden ser verificadas en: https://apps.firmaperu.gob.pe/web/validador.xhtml

Respecto a la composición del mercado de servicios de taxi por aplicativo

(i) En el caso del servicio analizado, el mercado se caracteriza por ser altamente competitivo, con usuarios que alternan entre distintas plataformas o utilizan varias de manera simultánea. La apelante pretende reducir artificialmente el alcance del mercado al sostener que es la aplicación más conocida que incorpora el mecanismo de negociación.

(ii) Tal planteamiento distorsiona el análisis de la composición real del mercado, pues no existe un mercado separado de aplicaciones de transporte basadas en negociación. El usuario percibe el mercado de aplicaciones de transporte como un todo, comparando y utilizando libremente -e incluso de manera simultánea- a todos los operadores disponibles.

(iii) No existe en el mercado un competidor que pueda ser considerado como un "referente" para el consumidor. En la práctica, basta con que el usuario no se encuentre conforme con el precio ofrecido para una determinada ruta o que no existan conductores disponibles en la zona de recojo para que cambie inmediatamente de aplicación.

Respecto al uso de la frase "Ofrece tu seguridad" como símil a la frase "Ofrece tu tarifa"

(i) Este elemento no fue cuestionado al inicio del procedimiento ni durante su tramitación en primera instancia, por lo que no fue considerado relevante por la apelante al momento de formular su denuncia y los cargos correspondientes. Su incorporación tardía demuestra una conducta procesal incompatible con la buena fe y que se trata de un argumento forzado.

(ii) Aun en el supuesto de que la intención hubiera sido efectuar una comparación y que dicha frase fuese el elemento que permitiera al consumidor identificar al competidor supuestamente aludido, resultaría razonable que se le hubiese otorgado un rol central dentro de la pieza imputada; sin embargo, la expresión cuestionada constituye uno de los elementos de menor relevancia desde el punto de vista visual dentro de la publicidad.

11. El 5 de marzo de 2026, Sistemas Tecnológicos formuló su posición sobre los argumentos expuestos por Ridetechnology. Además, presentó un estudio 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

Documento electrónico firmado digitalmente en el marco de la Ley N°27269, Ley de Firmas y Certificados Digitales, su reglamento y modificatorias.
La integridad del documento y la autoría de la(s) firma(s) pueden ser verificadas en: https://apps.firmaperu.gob.pe/web/validador.xhtml

mercado elaborado por la empresa Lock en enero del 2026, denominado "Estudio Taxis por aplicativo"[24].

12. El 23 de abril de 2026, Sistemas Tecnológicos reiteró sus argumentos. Además, señaló que la conducta denunciada no constituye un hecho aislado, sino que se habría reiterado mediante la difusión de diversas piezas publicitarias durante los meses de febrero y marzo de 2026.

13. El 27 de abril de 2026, se llevó a cabo una audiencia de informe oral[25] con la participación de todas las partes del procedimiento, quienes reiteraron sus argumentos expuestos a lo largo del procedimiento.

14. El 29 de abril de 2026, Sistemas Tecnológicos absolvió las consultas formuladas por el Colegiado durante el desarrollo del informe oral[26]. Asimismo, señaló algunas consideraciones adicionales sobre la metodología empleada para la elaboración del denominado "Estudio Taxis por aplicativo".

15. El 5 de mayo de 2026, Sistemas Tecnológicos presentó sus alegatos finales en los que reiteró sus argumentos y solicitó que se tome en cuenta el criterio recogido en la Resolución 0057-2026/SDC-INDECOPI, en la que se evaluó una alusión inequívoca indirecta.

16. En esa misma fecha, Ridetechnology presentó sus alegatos finales reiterando sus argumentos. Además, cuestionó el estudio de mercado presentado por la denunciante[27] y que este haya incorporado al procedimiento anuncios publicitarios que no le pertenecerían, pues fueron difundidos sin su autorización por su socio comercial Prodrivers Perú E.I.R.L. (en adelante, Prodrivers)[28].

---

24 Sistemas Tecnológicos solicitó la confidencialidad de dicho estudio, así como de algunos de sus extractos que se consignaron en este escrito. Sin embargo, mediante escrito del 28 de abril de 2026, la apelante desistió de su pedido de confidencialidad, motivo por el cual dicha información fue puesta en conocimiento de los imputados el 30 de abril del 2026.

25 Mediante escrito del 7 de abril de 2026, Sistemas Tecnológicos solicitó la realización de una audiencia de informe oral a efectos de exponer sus argumentos.

26 Sistemas Tecnológicos señaló que el trabajo de campo plasmado en el estudio de mercado denominado "Estudio Taxis por aplicativo" se llevó a cabo entre el 4 de octubre y el 4 de noviembre de 2025. Además, indicó que su pieza publicitaria fue difundida desde el 15 de julio de 2024.

27 Al respecto, señaló, entre otros, que su incorporación fue extemporánea. Del mismo modo, cuestionó su validez metodológica, toda vez que carecería de representatividad estadística, contendría preguntas inductivas, se realizó un año después de los hechos denunciados y en condiciones artificiales.

28 Asimismo, Ridetechnology señaló que solicitó a Prodrivers el retiro de dicha publicidad y de cualquier otra de naturaleza similar. Agregó que, en respuesta a ello, Prodrivers remitió una Declaración Jurada suscrita por su Gerente General, el señor Motte Sauter Claude, en donde reconoce que dichas piezas fueron producidas, ejecutadas y publicadas de forma unilateral por su empresa, obligándose a retirarlas de sus redes sociales y a no repetir esta conducta.

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

Documento electrónico firmado digitalmente en el marco de la Ley N°27269, Ley de Firmas y Certificados Digitales, su reglamento y modificatorias.
La integridad del documento y la autoría de la(s) firma(s) pueden ser verificadas en: https://apps.firmaperu.gob.pe/web/validador.xhtml

Finalmente, solicitó la confidencialidad de los documentos denominados "Carta de Cese y Desistimiento" (Anexo 14-A) y "Declaración Jurada" (Anexo 14-B)[29].

II. CUESTIONES EN DISCUSIÓN

17. En la apelación interpuesta por Sistemas Tecnológicos se advierte que los argumentos formulados se encuentran dirigidos a cuestionar la Resolución 0136-2025/CCD-INDECOPI en el extremo que declaró infundada la denuncia interpuesta contra Ridetechnology. En tal sentido, toda vez que la recurrente no ha formulado cuestionamiento alguno respecto del extremo de dicha resolución que declaró infundada la imputación atribuida a 3W y Delivery, corresponde declarar que dicho extremo ha quedado consentido[30].

18. En consecuencia, corresponde a la Sala determinar lo siguiente:

    (i) Si corresponde declarar la confidencialidad de la información aportada por Ridetechnology ante esta instancia;

    (ii) Si la Resolución 0136-2025/CCD-INDECOPI adolece del alegado vicio de motivación;

    (iii) Si Ridetechnology incurrió en actos comparación indebida, supuesto establecido en el artículo 12 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal;

III. ANÁLISIS DE LAS CUESTIONES EN DISCUSIÓN

III.1. Sobre la confidencialidad de la información presentada por Ridetechnology

III.1.1. Marco normativo sobre el tratamiento confidencial de la información

---

29 Cabe mencionar que, mediante escrito del 25 de mayo de 2026, Sistemas Tecnológicos formuló argumentos adicionales a fin de que la Sala los considere al emitir su pronunciamiento. Al respecto, de conformidad con lo establecido en el numeral 48.4 del artículo 48 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal, dicho escrito no será tomado en consideración por la Sala, pues ha sido presentado luego del plazo previsto por dicha norma para la formulación de alegatos finales.

DECRETO LEGISLATIVO 1044. LEY DE REPRESIÓN DE LA COMPETENCIA DESLEAL
Artículo 48.- Tramitación del recurso de apelación.-
(...)
48.4.- Las partes podrán presentar alegatos finales sólo hasta los cinco (5) días hábiles siguientes de realizado el informe oral. Cualquier documento presentado con posterioridad no será tomado en consideración por el Tribunal.

30 **DECRETO SUPREMO 006-2026-JUS. TEXTO ÚNICO ORDENADO DE LA LEY DEL PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO GENERAL**
Artículo 222.- Acto firme
Una vez vencidos los plazos para interponer los recursos administrativos se perderá el derecho a articularlos quedando firme el acto.

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

Documento electrónico firmado digitalmente en el marco de la Ley N°27269, Ley de Firmas y Certificados Digitales, su reglamento y modificatorias.
La integridad del documento y la autoría de la(s) firma(s) pueden ser verificadas en: https://apps.firmaperu.gob.pe/web/validador.xhtml

19. De acuerdo con el numeral 40.1 del artículo 40 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal[31], las partes pueden solicitar a la autoridad administrativa que declare la reserva de aquella información que tenga carácter confidencial, ya sea que: (i) se trate de un secreto empresarial, (ii) afecte la intimidad personal o familiar, (iii) su divulgación pueda perjudicar a su titular y, en general, (iv) esté prevista como tal en el Texto Único Ordenado de la Ley 27806, Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública, aprobado por Decreto Supremo 021-2019-JUS.

20. Por su parte, el numeral 40.2 del artículo 40 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal[32] precisa que la solicitud de confidencialidad de un secreto comercial, industrial, tecnológico o, en general, empresarial será concedida siempre que se cumpla con los siguientes requisitos:

    (i) que se trate de un conocimiento que tenga carácter de reservado o privado sobre un objeto determinado;

    (ii) que quienes tengan acceso a dicho conocimiento posean voluntad e interés consciente de mantenerlo reservado, adoptando las medidas necesarias para conservar dicha información como tal; y,

    (iii) que la información tenga un valor comercial, efectivo o potencial.

21. Asimismo, el numeral 2.1 de la Directiva 001-2008/TRI-INDECOPI, Directiva sobre confidencialidad de la información en los procedimientos seguidos por los órganos funcionales del Indecopi (en adelante, Directiva sobre Confidencialidad), dispone que podrá declararse confidencial aquella información cuya divulgación pueda implicar una afectación para su titular o un

---

31 **DECRETO LEGISLATIVO 1044. LEY DE REPRESIÓN DE LA COMPETENCIA DESLEAL**
Artículo 40.- Información confidencial
40.1. A solicitud de parte o tercero con interés legítimo, incluyendo a una entidad pública, la Comisión declarará la reserva de aquella información que tenga carácter confidencial, ya sea que se trate de un secreto empresarial, información que afecte la intimidad personal o familiar, aquella cuya divulgación podría perjudicar a su titular y, en general, la prevista como tal en la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública.
(...)

32 **DECRETO LEGISLATIVO 1044. LEY DE REPRESIÓN DE LA COMPETENCIA DESLEAL**
Artículo 40.- Información confidencial. -
(...)
40.2.- De conformidad con la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública, la solicitud de declaración de reserva sobre un secreto comercial, industrial, tecnológico o, en general, empresarial será concedida por la Comisión o el Tribunal, siempre que dicha información:
a) Se trate de un conocimiento que tenga carácter de reservado o privado sobre un objeto determinado;
b) Que quienes tengan acceso a dicho conocimiento posean voluntad e interés consciente de mantenerlo reservado, adoptando las medidas necesarias para mantener dicha información como tal; y,
c) Que la información tenga un valor comercial, efectivo o potencial.
(...)

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

Documento electrónico firmado digitalmente en el marco de la Ley N°27269, Ley de Firmas y Certificados Digitales, su reglamento y modificatorias.
La integridad del documento y la autoría de la(s) firma(s) pueden ser verificadas en: https://apps.firmaperu.gob.pe/web/validador.xhtml

tercero de quien la hubiera recibido, u otorgue una ventaja significativa para un competidor[33].

22. En esa línea, el numeral 3.3 de la Directiva sobre Confidencialidad señala que, para evaluar si la información tiene carácter confidencial, es preciso establecer su pertinencia, esto es, su vinculación y utilidad en el esclarecimiento de las materias controvertidas en el procedimiento. Asimismo, esta misma norma indica que la confidencialidad dependerá de que se corroboren otros dos aspectos, a saber: (i) su no divulgación previa; y, (ii) la eventual afectación que su difusión podría generar[34].

---

33 **DIRECTIVA 001-2008/TRI-INDECOPI. DIRECTIVA SOBRE CONFIDENCIALIDAD DE LA INFORMACIÓN EN LOS PROCEDIMIENTOS SEGUIDOS POR LOS ÓRGANOS FUNCIONALES DEL INDECOPI**
IV. DISPOSICIONES GENERALES
(...)
2. Información confidencial
2.1. Puede declararse confidencial aquella información presentada por las partes o terceros en el marco de un procedimiento seguido ante INDECOPI o aquella información acopiada por el INDECOPI en el curso de sus actividades de supervisión, fiscalización y/o investigación, cuya divulgación implique una afectación significativa para el titular de la misma o un tercero del que el aportante la hubiere recibido, u otorgue una ventaja significativa para un competidor del aportante de la Puede también declararse confidencial aquella información que sea considerada reservada o confidencial por Ley. Entre éstas:
(...)
c) La información protegida por la respectiva regulación del secreto bancario, tributario, comercial, industrial, empresarial, técnico y bursátil.
Se considerará lo siguiente:
Secreto comercial: aquella información cuya importancia para el desarrollo de la actividad empresarial, obliga a las empresas a mantenerla fuera del alcance de los terceros ajenos a la empresa;
Secreto industrial: conocimiento tecnológico referido a procedimientos de fabricación o producción en general, o el conocimiento vinculado al empleo y aplicación de técnicas industriales, que permitan obtener o mantener una ventaja competitiva o económica frente a terceros;
Secreto empresarial: Cualquier información no divulgada que una empresa natural o jurídica legítimamente posea, que pueda usarse en alguna actividad productiva, industrial o comercial, y que sea susceptible de transmitirse a un tercero, en la medida que dicha información sea:
c.1 Secreta, en el sentido que como conjunto o en la configuración y reunión precisa de sus componentes, no sea generalmente conocida ni fácilmente accesible por quienes se encuentran en los círculos que normalmente manejan la información respectiva;
c.2 tenga un valor comercial por ser secreta; y
c.3 haya sido objeto de medidas razonables tomadas por su legítimo poseedor para mantenerla secreta.
La información de un secreto empresarial podrá estar referida a la naturaleza, características o finalidades de los productos; a los métodos o procesos de producción; o, a los medios o formas de distribución o comercialización de productos o prestación de servicios.
(...)

34 **DIRECTIVA 001-2008/TRI-INDECOPI. DIRECTIVA SOBRE CONFIDENCIALIDAD DE LA INFORMACIÓN EN LOS PROCEDIMIENTOS SEGUIDOS POR LOS ÓRGANOS FUNCIONALES DEL INDECOPI**
IV. DISPOSICIONES GENERALES.
(...)
3. Declaración de confidencialidad de la información
(...)
3.3. Al resolver respecto de la confidencialidad de la información, la autoridad competente deberá motivar su determinación al respecto, considerando:
a) La pertinencia de la información para la evaluación o resolución de la materia controvertida en el procedimiento.
b) La no divulgación lícita previa de la información pues sólo podrá considerarse confidencial aquella información que haya sido mantenida con cuidado o celo dentro del propio ámbito de conocimiento, incluso evitando haber estado disponible de alguna forma para terceros.
No se considerará confidencial la información hecha pública por mandato legal o voluntariamente para generar transparencia en el mercado, ni aquella entregada previamente a entidades u organismos responsables para su divulgación.

Documento electrónico firmado digitalmente en el marco de la Ley N°27269, Ley de Firmas y Certificados Digitales, su reglamento y modificatorias.
La integridad del documento y la autoría de la(s) firma(s) pueden ser verificadas en: https://apps.firmaperu.gob.pe/web/validador.xhtml

III.1.2. Aplicación al presente caso

23. El 5 de mayo de 2025, Ridetechnology solicitó la confidencialidad de los documentos denominados "Carta de Cese y Desistimiento" y "Declaración Jurada". Dicho pedido se justificó en que tales documentos comprenden comunicaciones en el marco de una relación comercial privada con un tercero, cuya divulgación causaría un perjuicio concreto e injustificado a legítimos intereses comerciales que son ajenos al objeto de la presente controversia. Asimismo, sostuvo que su difusión concedería una ventaja competitiva indebida a terceros competidores.

24. Al respecto, la "Carta de Cese y Desistimiento" constituye una comunicación mediante la cual Ridetechnology requiere a Prodrivers el cese del uso no autorizado de los signos distintivos de Yango y advierte sobre posibles consecuencias legales derivadas de su incumplimiento. En ese sentido, dicho documento no contiene un conocimiento reservado o privado, pues no incorpora información técnica, estratégica o comercial vinculada al funcionamiento interno de la empresa, sino únicamente una manifestación orientada a la protección de sus derechos de propiedad intelectual.

25. Asimismo, tampoco se aprecia que la información contenida en dicho documento posea valor comercial efectivo o potencial, ni que su divulgación pueda otorgar una ventaja competitiva significativa a terceros competidores. Ello en tanto su contenido no incorpora estrategias comerciales, información económica o elementos empresariales susceptibles de aprovechamiento indebido, cuya divulgación pueda influir en la posición de los competidores de la solicitante.

26. Por su parte, en la "Declaración Jurada", el representante de Prodrivers reconoce que determinadas piezas publicitarias fueron elaboradas y difundidas exclusivamente por dicha empresa, sin participación de Ridetechnology, comprometiéndose al retiro de dichas publicaciones y a abstenerse de conductas similares.

27. En ese contexto, tampoco se aprecia que dicho documento contenga un conocimiento reservado o privado ni información técnica, estratégica o comercial con valor económico efectivo o potencial, por lo que su divulgación no genera una afectación concreta a la posición competitiva de Ridetechnology ni otorga una ventaja significativa a terceros competidores.

---

c) La afectación que podría causar la divulgación de la información a su poseedor. La carga de la prueba recaerá sobre el potencial afectado.
(...)

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

Documento electrónico firmado digitalmente en el marco de la Ley N°27269, Ley de Firmas y Certificados Digitales, su reglamento y modificatorias.
La integridad del documento y la autoría de la(s) firma(s) pueden ser verificadas en: https://apps.firmaperu.gob.pe/web/validador.xhtml

28. Por lo expuesto, los documentos analizados no contienen información de carácter confidencial, ni revelan conocimientos técnicos, comerciales, estratégicos o empresariales con valor comercial efectivo o potencial que puedan ser aprovechados indebidamente por otros agentes económicos, por lo que no corresponde que sea declarada confidencial.

III.2. Sobre el alegado vicio de nulidad vinculado a la motivación de la Resolución 0136-2025/CCD-INDECOPI

29. El artículo 3 del Texto Único Ordenado de la Ley 27444, aprobado por Decreto Supremo 006-2026-JUS (en adelante, TUO de la Ley 27444)[35] contempla los requisitos de validez del acto administrativo, siendo uno de ellos, la motivación. En particular, el numeral 4 del referido artículo prevé que los actos administrativos deben estar debidamente motivados en proporción a su contenido y conforme al ordenamiento jurídico.

30. Adicionalmente, el artículo 6 del mencionado cuerpo normativo establece que la motivación debe ser expresa, mediante una relación concreta y directa de los hechos probados relevantes del caso específico, e incluir una exposición de las razones jurídicas y normativas que justifican la decisión adoptada[36].

31. Cabe agregar que el deber de motivación no implica que la autoridad se pronuncie de manera expresa y detallada sobre cada una de las alegaciones que las partes puedan formular durante el proceso[37]; sino que el acto administrativo en cuestión esté debidamente motivado en proporción a su contenido, en función de los hechos relevantes invocados por las partes y el

---

35 **DECRETO SUPREMO 006-2026-JUS. TEXTO ÚNICO ORDENADO DE LA LEY 27444. LEY DEL PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO GENERAL**
Artículo 3.- Requisitos de validez de los actos administrativos
Son requisitos de validez de los actos administrativos:
(...)
4. Motivación. - El acto administrativo debe estar debidamente motivado en proporción al contenido y conforme al ordenamiento jurídico.
(...)

36 **DECRETO SUPREMO 006-2026-JUS. TEXTO ÚNICO ORDENADO DE LA LEY 27444. LEY DEL PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO GENERAL**
Artículo 6.- Motivación del acto administrativo
6.1 La motivación debe ser expresa, mediante una relación concreta y directa de los hechos probados relevantes del caso específico, y la exposición de las razones jurídicas y normativas que con referencia directa a los anteriores justifican el acto adoptado.
(...)

37 De conformidad con lo señalado por el Tribunal Constitucional en la sentencia recaída en el Expediente 1230-2002-HC/TC: "*La Constitución no garantiza una determinada extensión de la motivación, por lo que su contenido esencial se respeta siempre que exista fundamentación jurídica, congruencia entre lo pedido y lo resuelto y, por sí misma, exprese una suficiente justificación de la decisión adoptada, aun si esta es breve o concisa, o se presenta el supuesto de motivación por remisión. Tampoco garantiza que, de manera pormenorizada, todas las alegaciones que las partes puedan formular dentro del proceso sean objeto de un pronunciamiento expreso y detallado (...)*".

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

Documento electrónico firmado digitalmente en el marco de la Ley N°27269, Ley de Firmas y Certificados Digitales, su reglamento y modificatorias.
La integridad del documento y la autoría de la(s) firma(s) pueden ser verificadas en: https://apps.firmaperu.gob.pe/web/validador.xhtml

marco normativo aplicable al caso específico, así como de la evaluación integral de los elementos probatorios relevantes que constan en el expediente.

32. Con relación al presunto vicio de motivación alegado por Sistemas Tecnológicos, esta Sala observa que, contrariamente a lo indicado por el recurrente, se aprecia que la primera instancia: (i) sí tomó en cuenta la información presentada por la denunciante en el procedimiento; y, (ii) sustentó las razones por las que la publicidad cuestionada no contenía una alusión inequívoca a esta o a su oferta.

33. Al respecto, en la resolución apelada la Comisión delimitó las cuestiones controvertidas, identificó los elementos que, según Sistemas Tecnológicos, configurarían la alegada alusión inequívoca y analizó dichos elementos —ubicación de los paneles, empleo del color verde, uso de la frase "Tu seguridad no se negocia" y comentarios en redes sociales, entre otros— explicando por qué, a criterio de la primera instancia, no resultaban idóneos para generar una alusión inequívoca a la oferta comercial de Indrive.

34. En esa línea, carece de sustento lo alegado por Sistemas Tecnológicos respecto de que la resolución impugnada no expone fundamentos por los cuales la existencia de múltiples operadores en el mercado restaría trascendencia a la estructura del mercado para evaluar la existencia de alusión inequívoca. Al respecto, la Comisión expuso los fundamentos para sostener que la existencia de múltiples operadores diluye la relevancia de la composición del mercado como elemento que coadyuve a la interpretación de la publicidad cuestionada. En efecto, en la resolución apelada se identificó la participación de diversas empresas que ofrecen estos servicios de intermediación, lo cual -a criterio de la primera instancia- impide atribuir de manera inequívoca el mensaje contenido en el anuncio analizado a un solo competidor.

35. Por otro lado, si bien la resolución de la Comisión no evaluó de forma específica la figura rectangular señalada por Sistemas Tecnológicos, ello no implica una ausencia de motivación, pues dicho deber no exigía que se desarrollara una evaluación específica para cada elemento visual invocado por la recurrente, sino que se explicara si, a partir de una apreciación superficial e integral del anuncio, existían elementos suficientes para identificar de manera inequívoca una alusión a la apelante o a su oferta.

36. Finalmente, el hecho de que Sistemas Tecnológicos discrepe de los fundamentos expuestos por la Comisión en su pronunciamiento –lo que será analizado en los siguientes acápites de la presente resolución– no implica que la decisión de la primera instancia incurra en un vicio de nulidad por un presunto defecto en la motivación del acto administrativo.

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

Documento electrónico firmado digitalmente en el marco de la Ley N°27269, Ley de Firmas y Certificados Digitales, su reglamento y modificatorias.
La integridad del documento y la autoría de la(s) firma(s) pueden ser verificadas en: https://apps.firmaperu.gob.pe/web/validador.xhtml

III.3. Sobre la presunta realización de actos de comparación indebida

III.3.1. Marco normativo

37. El numeral 1 del artículo 12 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal define los actos de comparación como aquellos en los cuales el proveedor presenta las ventajas de su propia oferta en productos o servicios frente a la oferta de otro agente económico en el mercado[38]. Asimismo, el mismo artículo precisa que la existencia de un acto de comparación se encuentra supeditado a la verificación de una alusión inequívoca, directa o indirecta, sobre la oferta de otro agente económico, incluso mediante la utilización de signos distintivos ajenos.

38. De conformidad con lo establecido en el numeral 2 del artículo 12 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal[39], los actos de comparación resultan lícitos, siempre que cumplan lo indicado en el numeral 2 del artículo 11 del referido cuerpo legal (requisitos de licitud)[40].

39. Es importante indicar que en numerosos pronunciamientos[41] la Sala ha precisado que la configuración de esta modalidad de acto de competencia desleal requiere la mención o alusión a un competidor o su oferta. Esto es así, pues no podría existir un acto de comparación presentando las ventajas de la oferta propia frente a la oferta de un competidor si esta no resulta identificable.

40. En consecuencia, a efectos de verificar la existencia de un acto de comparación indebida, es necesario que el presunto infractor haya hecho mención directa a un competidor o a su oferta, o que por implicación la identificación de dicho

---

38 Ver nota a pie 7 de la presente resolución.

39 Ver nota a pie 7 de la presente resolución.

40 **DECRETO LEGISLATIVO 1044, LEY DE REPRESIÓN DE LA COMPETENCIA DESLEAL**
Artículo 11.- Actos de denigración.-
(...)
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.

41 A modo de ejemplo, ver la Resolución 0121-2021/SDC-INDECOPI del 19 de agosto de 2021, en el procedimiento seguido por CBC Peruana S.A.C. contra Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston S.A.A.; Resolución 0003-2024/SDC-INDECOPI del 9 de enero de 2024, en el procedimiento seguido por Radiadores Fortaleza S.A. contra Cooling Professional Unit S.A.C.; Resolución 0106-2024/SDC del 18 de junio de 2024, en el procedimiento seguido por Telefónica del Perú S.A.A. y América Móvil Perú S.A.C. contra Wi-Net Telecom S.A.C; y, Resolución 057-2026/SDC-INDECOPI del 6 de abril de 2026, en el procedimiento seguido por América Móvil Perú S.A.C. contra Viettel Perú S.A.C.

Documento electrónico firmado digitalmente en el marco de la Ley N°27269, Ley de Firmas y Certificados Digitales, su reglamento y modificatorias.
La integridad del documento y la autoría de la(s) firma(s) pueden ser verificadas en: https://apps.firmaperu.gob.pe/web/validador.xhtml

competidor sea fácilmente perceptible por los consumidores, debido a una alusión inequívoca, directa o indirecta.

41. En este mismo orden de ideas, la doctrina señala que *"el requisito para que exista publicidad comparativa radica en la alusión explícita o implícita al producto o servicio del competidor. En el primer supuesto, el anunciante citará la marca, el nombre comercial, denominación social u otro elemento que identifique expresamente a la empresa, productos o servicios competidores. En el segundo supuesto, la alusión implícita a competidores plantea más problemas. No basta una alusión genérica a los competidores para que surja la publicidad comparativa; en tal caso, posiblemente, estaríamos ante un supuesto de publicidad de tono excluyente. Es necesaria una referencia inequívoca a uno o varios competidores. Dicho con otras palabras, el público deberá identificar –sin ningún género de dudas- al competidor o los productos o servicios competidores aludidos en el anuncio comparativo"*[42].

42. Por su parte, Tato Plaza señala que *"el anunciante realizará una alusión directa (explícita) cuando haga referencia a la marca de los productos o servicios, nombre o establecimiento de otro agente económico, incluso, haciendo uso de imágenes. La alusión será indirecta (implícita) cuando un sector significativo del público destinatario del anuncio pueda deducir, en función a las circunstancias, a qué competidor o competidores se está haciendo referencia de manera inequívoca. Así, la doctrina señala que, en este tipo de anuncios, los agentes aludidos deberán resultar identificados o identificables para el público destinatario del mensaje o para un sector significativo de éste"*[43].

43. Por tanto, de acuerdo con lo expuesto, solo en caso de que se determine la alusión inequívoca, se procederá a evaluar si se presentan los elementos característicos de la publicidad comparativa establecidos en el artículo 12 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal (presentación de las ventajas de la oferta propia frente a la oferta competidora); y, si la información trasladada al mercado cumple con los requisitos de licitud.

III.3.2 Aplicación presente caso

III.3.2.1 Descripción de la publicidad

44. De acuerdo con la información que obra en el expediente, entre el 2 de septiembre y el 17 de octubre de 2024, Ridetechnology difundió publicidad de

---

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

43 TATO PLAZA, Anxo. *"La publicidad Comparativa"*. Marcial Pons, Madrid, 1996, pp. 21 y 22.

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

Documento electrónico firmado digitalmente en el marco de la Ley N°27269, Ley de Firmas y Certificados Digitales, su reglamento y modificatorias.
La integridad del documento y la autoría de la(s) firma(s) pueden ser verificadas en: https://apps.firmaperu.gob.pe/web/validador.xhtml

la plataforma digital "Yango" a través de un panel ubicado en la Avenida Paseo de la República, distrito de La Victoria, provincia y departamento de Lima.



45. Dicha pieza publicitaria consiste en un panel vertical exterior de gran formato en el que se aprecia de manera predominante la marca "Yango", ubicada en la parte superior e inferior del anuncio. En la sección central se observa la imagen de una persona sosteniendo un teléfono móvil, acompañada del mensaje "Tu seguridad no se negocia", destacado en letras de gran tamaño. Asimismo, en la parte inferior se incluyen elementos gráficos que simulan ser un rectángulo fragmentado en dos partes, utilizando las combinaciones de colores verde y blanco y en las que se consigna la frase "Ofrece tu seguridad".

46. Asimismo, de acuerdo con la denunciante, desde el 2 de julio de 2024, difundió publicidad de la plataforma digital "Indrive" en la misma avenida, a una distancia aproximada de cien (100) metros, conforme se aprecia a continuación:

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

Documento electrónico firmado digitalmente en el marco de la Ley N°27269, Ley de Firmas y Certificados Digitales, su reglamento y modificatorias.
La integridad del documento y la autoría de la(s) firma(s) pueden ser verificadas en: https://apps.firmaperu.gob.pe/web/validador.xhtml



47. La publicidad consiste en un panel exterior de gran formato, compuesta de dos caras, en el que predomina el color verde y la marca "Indrive". En la parte central de la cara frontal se aprecia el mensaje "Elige tu conductor", acompañado de la expresión "La app #1" y la imagen de dos personas a bordo de un vehículo. Asimismo, sobre esta última imagen se superponen elementos gráficos que simulan la interfaz de una aplicación móvil, incluyendo la frase "Ofrece tu tarifa". Por su parte, en la cara lateral se aprecia la frase "Elige tu precio" junto con la representación de un teléfono móvil.

III.3.2.2 Sobre la alusión inequívoca

48. Esta Sala advierte que el anuncio difundido por Ridetechnology no contiene una mención directa o explícita a la publicidad de Indrive, a sus signos distintivos o a algún elemento particular que conlleve al público usuario a asociar de manera directa a tal agente o a su oferta.

49. Considerando que la alusión también puede tener lugar de manera indirecta o implícita, conforme a lo señalado en el numeral 1 del artículo 12 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal, corresponde analizar si la publicidad controvertida contiene elementos que permitan identificar a Sistemas Tecnológicos o a su oferta. Para tal efecto, se considerarán los factores invocados por la denunciante en el curso del presente procedimiento.

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

Documento electrónico firmado digitalmente en el marco de la Ley N°27269, Ley de Firmas y Certificados Digitales, su reglamento y modificatorias.
La integridad del documento y la autoría de la(s) firma(s) pueden ser verificadas en: https://apps.firmaperu.gob.pe/web/validador.xhtml

50. Sistemas Tecnológicos sostuvo que la publicidad cuestionada habría contenido una alusión indirecta e inequívoca a su oferta comercial, sustentando dicha afirmación en los siguientes aspectos: (i) los elementos publicitarios que conforman el anuncio cuestionado, específicamente las frases "Tu seguridad no se negocia" y "Ofrece tu seguridad", así como el uso de una figura rectangular y del color verde en dicha figura; (ii) la cercanía física entre los anuncios de Sistemas Tecnológicos y Ridetechnology; (iii) la estructura del mercado de plataformas digitales de transporte de personas; y, (iv) los comentarios publicados en redes sociales.

51. Asimismo, durante el trámite del procedimiento en esta instancia, Sistemas Tecnológicos presentó el estudio de mercado denominado "Estudio Taxis por aplicativo", el cual —a criterio de la recurrente— acreditaría su posición respecto de la existencia de una alusión inequívoca en la publicidad materia de denuncia.

52. En mérito de lo antes señalado, esta Sala procederá a analizar, en primer lugar, el mencionado estudio de mercado presentado por la recurrente y, posteriormente, los demás factores invocados, a fin de determinar si, apreciados en su conjunto, permiten concluir que la publicidad objeto de denuncia contiene una alusión que posibilite a los consumidores identificar, de manera inequívoca, al referido agente económico o a su oferta comercial.

A. Sobre el estudio de mercado denominado "Estudio Taxis por aplicativo"

53. Sistemas Tecnológicos presentó el mencionado estudio a fin de sustentar que Indrive cuenta con atributos distintivos reconocibles por los usuarios—principalmente la tarifa negociable y el color verde— y que, sobre esa base, determinados elementos de la publicidad de Yango habrían sido percibidos como una referencia o una alusión inequívoca sobre su servicio.

54. Al respecto, en la ficha técnica[44] del estudio se observa, entre otros aspectos, que se trató de una investigación cuantitativa realizada mediante encuestas por interceptación en Lima. Asimismo, la muestra efectiva estuvo compuesta por 405 encuestas, distribuidas por rangos de edad[45].

55. No obstante, el propio estudio precisa que el diseño muestral empleado fue de carácter no probabilístico. Si bien se señala que se aplicaron criterios de

---

44 La Ficha Técnica es el documento donde consta la metodología y el proceso que se ha seguido para realizar un estudio social o de mercado, que además contiene el detalle del diseño muestral.

45 A mayor detalle, según la ficha técnica del estudio, este se basó en encuestas por interceptación realizadas en zonas próximas a la campaña, dirigidas a usuarios de taxi por aplicativo en Lima, de entre 18 y 50 años, pertenecientes a los NSE B y C. Para ello, se seleccionaron puntos de alta afluencia del público objetivo, como estaciones del Metropolitano, distritos urbanos —entre ellos Lince, San Martín de Porres y Surquillo— y determinadas universidades.

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

Documento electrónico firmado digitalmente en el marco de la Ley N°27269, Ley de Firmas y Certificados Digitales, su reglamento y modificatorias.
La integridad del documento y la autoría de la(s) firma(s) pueden ser verificadas en: https://apps.firmaperu.gob.pe/web/validador.xhtml

inclusión y exclusión[46], puntos de interceptación estratégicos y un esfuerzo amplio de convocatoria de aproximadamente 800 contactos, tales elementos no eliminan las limitaciones propias de esta metodología. En efecto, el incremento del número de contactos o la diversificación de puntos de interceptación no convierte a la muestra en probabilística ni permite afirmar que sus resultados sean extrapolables al universo total de usuarios del servicio de plataformas digitales de intermediación en el transporte de pasajeros[47].

56. A ello se suma un aspecto temporal que incide en la valoración del referido estudio. El documento fue elaborado en enero de 2026[48], mientras que la publicidad cuestionada habría sido difundida, conforme a los actuados, entre septiembre y octubre de 2024. En tal sentido, los datos de recordación, posicionamiento, asociación de atributos y reconocimiento de marca recogidos en el estudio no necesariamente reflejan la percepción existente en el mercado al momento en que los consumidores estuvieron expuestos a la publicidad materia de denuncia.

57. Esta consideración resulta especialmente relevante al tratarse de una imputación por presuntos actos de comparación indebida cuya verificación requiere que los destinatarios de la publicidad perciban una alusión inequívoca a un competidor. El posicionamiento de una marca, la recordación publicitaria y la asociación de determinados atributos no constituyen variables fijas, sino elementos que pueden modificarse en el tiempo como consecuencia de campañas publicitarias, cambios en la estrategia comercial, variaciones en el uso de aplicativos, ingreso o fortalecimiento de competidores, modificaciones en los hábitos de consumo, entre otros.

58. En consecuencia, las referidas limitaciones metodológicas del estudio restan fiabilidad a sus conclusiones sobre la categoría de taxis por aplicativo y sobre la publicidad cuestionada, por lo que no constituye un elemento idóneo para sustentar una alusión inequívoca a Indrive.

---

46 Con ello se refiere a la utilización de un filtro determinado por edad y por usuarios de taxis por aplicativo.

47 En cuanto a la elección del tipo de muestreo, cabe resaltar que, los tipos de muestreo son (i) probabilístico y (ii) no probabilístico, mientras que su combinación se denomina muestreo mixto. En un muestreo probabilístico todos sus elementos tienen una probabilidad de elección conocida y similar, lo cual garantiza la objetividad de los resultados. En cambio, un muestreo no probabilístico implica que el cálculo del tamaño y la selección de la muestra fueron efectuados con base en juicios y criterios. Al respecto, se puede revisar la "Guía de Diseño de la Muestra para Encuestas" emitido por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía de México – INEGI, a través del siguiente sitio web: https://www.inegi.org.mx/contenidos/infraestructura/aseguramiento/doc/guia_de_diseno_de_la_muestra_para_encuestas.pdf (Consultado el 8 de junio de 2026).

48 Al respecto, conforme a lo señalado en su escrito del 29 de abril de 2026, Sistemas Tecnológicos sostuvo que el trabajo de campo que sustentó el mencionado estudio de mercado fue realizado del 4 de octubre al 4 de noviembre del 2025.

Documento electrónico firmado digitalmente en el marco de la Ley N°27269, Ley de Firmas y Certificados Digitales, su reglamento y modificatorias.
La integridad del documento y la autoría de la(s) firma(s) pueden ser verificadas en: https://apps.firmaperu.gob.pe/web/validador.xhtml

B. Sobre los elementos que componen el anuncio difundido por Ridetechnology

59. De una apreciación integral y superficial del anuncio, esta Sala advierte que el mensaje principal que se desprende de la publicidad cuestionada no consiste en confrontar o comparar el servicio de Ridetechnology frente al de algún competidor, sino en resaltar, en términos amplios, la seguridad como un atributo relevante del servicio anunciado. En efecto, la expresión "Tu seguridad no se negocia", ubicada de forma destacada en la sección central del referido anuncio, presenta un contenido general y preventivo, orientado a reforzar la idea de que la seguridad constituye un aspecto prioritario en el servicio brindado por Ridetechnology. Así, esta expresión destaca una característica del servicio de la anunciante, sin apreciarse que establezca una comparación evidente con la oferta de terceros.

60. El hecho de que la referida frase utilice el término "negocia" no desvirtúa lo expuesto. En efecto, apreciada en el contexto integral del anuncio, no se desprende inmediatamente que dicha expresión se refiera a la negociación de tarifas, precios u otros aspectos comerciales del servicio, sino que bien podría ser entendida como parte de un mensaje orientado a resaltar que la seguridad del usuario no debe ser objeto de relativización al momento de contratar un servicio de transporte. Por ello, no resulta razonable concluir que los consumidores identificarán que se alude a un tercero determinado a partir de dicha expresión.

61. Con relación a la expresión "Ofrece tu seguridad", contenida en letras de menor tamaño sobre un rectángulo verde en la publicidad cuestionada, este Colegiado también observa que dicho elemento constituye un elemento genérico del que difícilmente un consumidor podría inferir una comparación entre la oferta de Ridetechnology (Yango) con la de un competidor (Indrive).

62. Por el contrario, apreciada juntamente con la expresión "Tu seguridad no se negocia" y con los demás elementos que integran el anuncio, dicha expresión refuerza que el mensaje transmitido consiste en destacar la seguridad como un atributo relevante del servicio promocionado.

63. Si bien Sistemas Tecnológicos sostiene que dicha frase guardaría una similitud estructural con la expresión "Ofrece tu tarifa", asociada a su modelo comercial y recogida en su publicidad, la mera coincidencia en el uso del verbo "ofrecer" no resulta suficiente para sostener que los consumidores advierten una alusión a un competidor y que ese competidor aludido es, de forma inequívoca, Indrive, pues se trata de una expresión lingüística genérica que carece de aptitud para que los destinatarios de la publicidad la asocien con un agente económico determinado.

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

Documento electrónico firmado digitalmente en el marco de la Ley N°27269, Ley de Firmas y Certificados Digitales, su reglamento y modificatorias.
La integridad del documento y la autoría de la(s) firma(s) pueden ser verificadas en: https://apps.firmaperu.gob.pe/web/validador.xhtml

64. Es pertinente resaltar además que la expresión cuestionada no reproduce algún elemento claramente distintivo de la oferta de la denunciante. No resulta razonable asumir que el solo uso del verbo "ofrecer" lleve a los consumidores a vincular tal expresión con la oferta de Indrive.

65. Con relación al uso del color verde en el rectángulo que contiene la expresión "Ofrece tu seguridad", este Colegiado observa que dicho elemento carece de una presencia visual determinante en la pieza publicitaria. En efecto, apreciada de forma integral, la publicidad presenta como color predominante el rojo, el cual aparece en la mayor parte del anuncio, mientras que el color verde aparece únicamente en un recuadro ubicado en la parte inferior del anuncio.

66. Es pertinente tener en cuenta además que el referido rectángulo de color verde no aparece acompañado de signos distintivos, denominaciones u otros elementos que hagan referencia a la recurrente.

67. Además, el uso de recuadros de forma rectangular con colores llamativos constituye un recurso gráfico habitual en entornos digitales y aplicativos móviles. Por ello, aun cuando podría haber una coincidencia parcial en el color utilizado por la recurrente en su aplicativo o en sus campañas publicitarias, dicha circunstancia -en el presente caso- no basta para que los consumidores identifiquen de manera inequívoca a Indrive o a su oferta comercial.

68. Si bien Indrive sostiene que sería reconocida en el mercado por su modelo de negociación de tarifas, ello no implica que el uso de la expresión "Tu seguridad no se negocia", el uso del verbo "ofrecer" o el uso del color verde en un recuadro sea percibido como una alusión inequívoca a su oferta. Admitir lo contrario supondría extender indebidamente la protección sobre una característica funcional del servicio y sobre recursos lingüísticos o gráficos de carácter general, más aún cuando la negociación de precios no constituye un atributo exclusivo de un único agente económico. De hecho, plataformas como Didi también operan ofreciendo la negociación de tarifas entre el pasajero y el conductor a través de su servicio denominado "Pon tu precio"[49].

69. Además, sin perjuicio de que en el acápite correspondiente se haya desestimado el documento denominado "Estudio Taxis por aplicativo" presentado por Sistemas Tecnológicos, cabe advertir que sus propios resultados tampoco sostienen una alusión inequívoca a Indrive.

70. En efecto, respecto del anuncio materia de cuestionamiento, el referido estudio señala que el 58% de los encuestados recordó haber visto dicha publicidad.

---

[49] Al respecto, conforme a lo señalado por Ridetechnology a lo largo del procedimiento. Así como de una revisión del sitio web de Didi, se aprecia que esta empresa también presta el servicio mediante un modelo de negociación entre usuarios y conductores. A modo de consulta se puede revisar el siguiente sitio web https://web.didiglobal.com/pe/pasajero/didi-pon-tu-precio/ (Consultado el 8 de junio de 2026)

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

Documento electrónico firmado digitalmente en el marco de la Ley N°27269, Ley de Firmas y Certificados Digitales, su reglamento y modificatorias.
La integridad del documento y la autoría de la(s) firma(s) pueden ser verificadas en: https://apps.firmaperu.gob.pe/web/validador.xhtml

Asimismo, dentro de dicho grupo, solo el 55% de encuestados advirtió una alusión a otra empresa y, de ese subconjunto, el 96% la relacionó con Indrive. De la lectura conjunta de dichos resultados se desprende que aproximadamente solo el 30.6% del total de encuestados habría recordado la publicidad cuestionada y percibido en ella una referencia a Indrive.

71. Por tanto, aun bajo los propios resultados del estudio presentado por Sistemas Tecnológicos, no se advierte que la identificación de Indrive constituya una percepción uniforme o mayoritaria entre los participantes de dicha investigación.

72. En síntesis, apreciados de forma conjunta el recuadro de color verde y las expresiones contenidas en el anuncio cuestionado, este Colegiado no advierte elementos suficientes para concluir que los destinatarios de la publicidad identificarán, de forma inequívoca, una alusión a Indrive. Antes bien, los elementos que integran la referida pieza publicitaria se encuentran dirigidos a destacar un atributo (la seguridad) ofrecido por Ridetechnology.

73. A nivel comparado[50], en un caso referido a publicidad presuntamente comparativa, la autoridad judicial de Chile sostuvo que, atendiendo al contexto general de la campaña publicitaria bajo análisis en ese caso, la frase cuestionada (*"Deja lo malo, quédate con lo bueno"*) tenía un carácter abstracto o genérico y se encontraba orientada a destacar el beneficio funcional del producto anunciado, antes que a identificar, desacreditar o comparar la oferta de un competidor específico[51]. En esa medida, la ausencia de una referencia inequívoca a un tercero permitió descartar que el anuncio configurara un acto de comparación indebida o un acto de denigración[52].

---

50 Sentencia dictada en la causa Rol 11068-2015, emitida por la Corte de Apelaciones de Santiago el 25 de mayo de 2016 en un caso seguido por Danone Chile S.A. contra Soprole S.A.

51 Expresamente, el referido pronunciamiento de la Corte de Apelaciones de Santiago se desarrolló bajo los siguientes términos:

> *(...)*
> *"**Tercero:** "(...) se concluyó –acertadamente conforme al análisis del contexto de la campaña publicitaria íntegra– que el comentario –abstracto por lo demás– que alude a abandonar lo malo y mantenerse con lo bueno, se orienta a alejarse de los efectos de la astricción intestinal y aproximarse al bienestar de no padecer de tal afección. Sobre la base de ese contexto corresponde enfocar la comprobación de los errores que el apelante atribuye a la sentencia contra la que recurre, recordando, asimismo, que en ninguna de la seguidilla de comerciales que componen la campaña publicitaria de la demandada se alude al producto símil de la actora.*
> ***Cuarto**: Que, asi, considerando lo ya consignado y las exposiciones de la actora, no sólo a lo largo del juicio, sino también en su escrito de apelación, no cabe a esta Corte sino una reflexión básica, cual es, la subjetividad que envuelve los reproches que formula la demandante: ella asevera que en la campaña publicitaria de Soprole se alude a su producto, al que se descalifica y denigra por su competidora en aras de desviar la clientela propia del lácteo de que se trata. Sin embargo, conforme al examen de los comerciales se advierte, además de fijarse como hecho establecido -no controvertido directamente en la apelación- la no alusión al lácteo de la actora. A ello es dable agregar que, si bien los litigantes son actores relevantes en el mercado correspondiente, no son los únicos, aunque sea mínima la participación de los restantes, según lo que aparece de las aseveraciones vertidas por la propia demandante".* (Subrayado y resaltado añadido)

52 *"Otro tanto aconteció en Danone Chile S.A. con Soprole S.A., en que la demandante sostuvo que por medio de la campaña publicitaria "Deja lo malo, quédate con lo bueno" la demandada asoció inequívocamente a "Activia" con lo*

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

Documento electrónico firmado digitalmente en el marco de la Ley N°27269, Ley de Firmas y Certificados Digitales, su reglamento y modificatorias.
La integridad del documento y la autoría de la(s) firma(s) pueden ser verificadas en: https://apps.firmaperu.gob.pe/web/validador.xhtml

74. Dicho pronunciamiento resulta ilustrativo, en cuanto reconoce que las expresiones publicitarias de contenido general, abstractas o vinculadas a atributos propios del anunciante no configuran, por sí mismas, una comparación sancionable cuando no permiten identificar de manera clara e inequívoca al competidor presuntamente aludido. Así, un anuncio orientado a destacar un beneficio propio del producto o servicio anunciado no debe ser interpretado como un acto de comparación a partir de interpretaciones subjetivas o de asociaciones no evidentes para el consumidor.

75. Además, las referencias a la seguridad -como en el anuncio bajo análisis- constituye un elemento habitual en la publicidad en el mercado de servicios de transporte mediante aplicativos digitales. En efecto, durante el trámite del procedimiento, Ridetechnology presentó, a modo de ejemplo, publicidad de la empresa Taxi Satelital, en la que se emplea la frase *"Tu seguridad no se negocia. No dejes tu tranquilidad al azar (...)"*.

76. Asimismo, en aplicación de los principios de impulso de oficio y verdad material[53], además de la fuente aportada por la imputada, se verificó información difundida en redes sociales y antes del anuncio imputado, a modo de ejemplo, por Cabify y Didi, en la cual se aprecia las frases *"Tu seguridad es nuestra prioridad"*[54] y *"La app de movilidad más grande del mundo llegó con precios competitivos, mejor seguridad y mejor soporte (...)"*[55], respectivamente.

---

malo, sugiriendo que lo bueno es "Next Tránsito+" de Soprole", difundiendo así afirmaciones incorrectas o falsas y denigrantes respecto de las propiedades de los yogures funcionales de la demandante que estarían científicamente comprobadas para la regularización del tránsito intestinal lento, induciendo a engaño a los consumidores, infringiendo los artículos 3°, 4° b), c) y e) de la LCD e incurriendo en publicidad comparativa engañosa y denigratoria. Sin embargo, la Corte de Apelaciones desestimó la indemnización solicitada, pues estimó que no se configuró ningún acto de competencia desleal, pues no existió contravención a la buena fe ni a las buenas costumbres mercantiles ya que la alusión a lo malo está dado en el contexto de las incomodidades de la molestia que se intenta superar con el consumo del producto lácteo y la referencia al uso de otro producto no contiene ninguna mención específica, ajustándose a la conducta esperable de un agente de mercado competitivo". LÓPEZ DÍAZ, Patricia. *"La publicidad desleal y la tutela del competidor: Una aproximación desde el derecho chileno"*. Rev. de derecho (Concepción). 2021, vol.89, n.250, pp.59-101. Ver: https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-591X2021000200059&script=sci_abstract&tlng=es (Consultado el 8 de junio de 2026).

53 **DECRETO SUPREMO 006-2026-JUS. TEXTO ÚNICO ORDENADO DE LA LEY 27444. LEY DEL PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO GENERAL**
Artículo IV.- Principios del procedimiento administrativo
(...).
1.3. Principio de impulso de oficio.- Las autoridades deben dirigir e impulsar de oficio el procedimiento y ordenar la realización o práctica de los actos que resulten convenientes para el esclarecimiento y resolución de las cuestiones necesarias.
(...)
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.

54 Ver: https://youtu.be/ffWQhc35qJ8?si=6tuwEN2wrPPXo-_w (Consultado el 8 de junio de 2026).

55 Ver: https://youtu.be/kOxbCPNhIgI?si=RuBhMG-xZnfo07GX (Consultado el 8 de junio de 2026).

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

Documento electrónico firmado digitalmente en el marco de la Ley N°27269, Ley de Firmas y Certificados Digitales, su reglamento y modificatorias.
La integridad del documento y la autoría de la(s) firma(s) pueden ser verificadas en: https://apps.firmaperu.gob.pe/web/validador.xhtml

77. Por tanto, el uso de expresiones vinculadas a la seguridad en este mercado no permite afirmar la existencia de una alusión a Indrive, sino que evidencia un mensaje habitual en el sector destinado a resaltar que la seguridad de los usuarios constituye un elemento relevante en la prestación de este servicio.

C. Sobre la proximidad entre ambos anuncios

78. Sistemas Tecnológicos sostuvo que la corta distancia física entre el anuncio cuestionado y el difundido por Indrive evidenciaría la existencia de una complementariedad entre ambas piezas publicitarias y, por ende, la configuración de una comparación indebida mediante una alusión inequívoca a dicha empresa.

79. Al respecto, si bien la ubicación entre dos piezas publicitarias puede constituir un elemento contextual relevante en determinados supuestos al evaluar la presunta alusión a un agente económico, en el presente caso este Colegiado ha determinado que el anuncio difundido por Ridetechnology se encuentra orientado a destacar un atributo de su servicio (la seguridad), sin comparar su oferta con la de un tercero ni aludir -directa o indirectamente- a Indrive o su oferta.

80. Asimismo, aun cuando para este colegiado no pasa inadvertido el hecho de que ambos anuncios se encontraban ubicados en una misma avenida y separados por una distancia aproximada de cien (100) metros, tal circunstancia no resulta suficiente para sostener que los destinatarios de la publicidad habrían realizado una lectura conjunta de ambas piezas publicitarias. Prevalece, pues, el mensaje que reciben los consumidores por encima de las intenciones o motivaciones de los anunciantes.

81. Esto es así pues en el entorno en el que se difundieron ambos anuncios concurren múltiples estímulos visuales —tales como otras estructuras publicitarias, establecimientos comerciales, tránsito vehicular, señalización urbana y demás elementos propios del espacio público— que reducen significativamente la posibilidad de que el consumidor efectúe una asociación entre ambas piezas publicitarias.

82. Aunado a ello, según lo expuesto por la denunciante, los elementos en la publicidad de Ridetechnology que presuntamente aludirían a su oferta serían el recuadro de color verde y la frase "Ofrece tu seguridad", los cuales no constituyen los elementos predominantes de dicha pieza publicitaria. Por ende, considerando la distancia entre ambos anuncios y las condiciones de su exposición en la vía pública, no resulta razonable concluir que los destinatarios de la publicidad hubiesen asociado ambas piezas publicitarias.

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

Documento electrónico firmado digitalmente en el marco de la Ley N°27269, Ley de Firmas y Certificados Digitales, su reglamento y modificatorias.
La integridad del documento y la autoría de la(s) firma(s) pueden ser verificadas en: https://apps.firmaperu.gob.pe/web/validador.xhtml

D. Sobre la composición del mercado

83. Sistemas Tecnológicos alegó que Indrive tendría un importante reconocimiento y una posición de liderazgo en el mercado peruano de plataformas digitales de transporte de personas, sustentada en su participación por más de cinco (5) años y en su modelo diferenciado de negociación directa de tarifas. Para respaldar ello, citó notas difundidas a través de los portales Perú Retail y CCR Quore difundidas en el año 2024.

84. Sin embargo, si bien la información difundida a través de dichos portales puede sugerir cierta preferencia de los consumidores hacia el servicio prestado por Sistemas Tecnológicos, su valor probatorio es limitado. Ello obedece a que se sustentan en encuestas o sondeos presentados sin información metodológica suficiente[56]. La ausencia de datos esenciales —como el tipo de muestreo— impide verificar la representatividad y confiabilidad de sus conclusiones.

85. Asimismo, debe considerarse que los portales citados difunden notas periodísticas de carácter meramente informativo. En tal sentido, la información allí contenida únicamente puede ser apreciada como un indicio referencial de percepción o reconocimiento comercial, mas no como un medio probatorio que acredite una posición de liderazgo o una estructura de mercado determinada.

86. Sin perjuicio de ello, aun cuando —según Sistemas Informáticos— la denunciante pueda contar con un reconocimiento y una posición de liderazgo en el mercado nacional de plataformas digitales de transporte de personas —lo cual no ha sido acreditado por la recurrente en este procedimiento—, ello no constituye, por sí solo, un elemento suficiente para concluir que la publicidad cuestionada contiene una alusión inequívoca a dicho agente económico. Ello se debe a que, conforme se ha determinado en la sección "B" del acápite III.3.2.2 de la presente resolución, el mensaje publicitario bajo análisis se encuentra orientado a resaltar que la seguridad del usuario no debe ser relativizada al momento de contratar un servicio de transporte, y no a establecer una alusión inequívoca a la oferta de un competidor[57].

87. Finalmente, en cuanto al alegato de la recurrente en referencia a la supuesta contradicción sobre las modalidades de pago en estas plataformas, hecho que diferenciaría a Indrive de sus competidores, la Comisión no incurrió en alguna

---

56 En el caso de la información difundida por Perú Retail, hay una ausencia de información propia de la ficha técnica que sostiene la información que difunde (por ejemplo, falta tamaño de la muestra, tipo de muestreo, segmento). Por otro lado, CCR Quore, si bien recoge datos propios de la ficha técnica como el universo de encuestados, el ámbito geográfico y la fecha del estudio de campo, omite señalar el tipo de muestreo (por ejemplo, si fue probabilístico o no).

57 Acorde con lo señalado, mediante Resolución 0124-2018/SDC-INDECOPI, del 12 de junio de 2018, seguido por Intradevco Industrial S.A. contra Procter & Gamble Perú S.R.L., la Sala sostuvo que la alegada alta participación en el mercado de un competidor no basta para tener por configurada una alusión inequívoca, si el anuncio no incorpora menciones, imágenes o elementos que evoquen su oferta.

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

Documento electrónico firmado digitalmente en el marco de la Ley N°27269, Ley de Firmas y Certificados Digitales, su reglamento y modificatorias.
La integridad del documento y la autoría de la(s) firma(s) pueden ser verificadas en: https://apps.firmaperu.gob.pe/web/validador.xhtml

discordancia. El hecho de que las empresas tengan distintos modelos para la fijación de sus tarifas no implica que una publicidad sobre la "no negociación" de la seguridad constituya una alusión inequívoca a un operador en particular. Pretender que cualquier uso del término "negociar" se refiera necesariamente a Indrive supone una interpretación forzada, que excede la percepción razonable y superficial de la publicidad por parte del consumidor.

E. Los comentarios vertidos en redes sociales

88. En lo que respecta a los comentarios formulados por usuarios en redes sociales, esta Sala advierte que dichos comentarios fueron emitidos en respuesta a publicaciones, difundidas en plataformas como Instagram y TikTok, en las que terceros planteaban la supuesta comparación entre la publicidad de Ridetechnology y la de Sistemas Tecnológicos.

89. Tales comentarios únicamente dan cuenta de la percepción de determinados usuarios de redes sociales frente a publicaciones que previamente habían propuesto una lectura comparativa de las piezas publicitarias involucradas. Por ello, carecen de aptitud para demostrar que la publicidad cuestionada genere, por sí misma, una asociación entre los anuncios de Yango e Indrive analizados. En lugar de ello, dichas opiniones fueron emitidas en un contexto en el que la supuesta vinculación entre ambos anuncios ya había sido sugerida por los autores de las publicaciones o por terceros, por lo que no reflejan una reacción espontánea atribuible al contenido de la publicidad cuestionada.

90. Además, tales comentarios únicamente constituyen un reflejo de determinadas percepciones particulares de los titulares de las cuentas de redes sociales en respuesta a las publicaciones indicadas en el párrafo anterior. Por consiguiente, lo expresado en aquellos comentarios, por sí mismos, no evidencia fehacientemente la percepción del público usuario en este mercado.

91. En este punto, no se advierte que la Comisión haya efectuado una lectura "distorsionada" de un pronunciamiento previo de la Sala, la Resolución 0106-2024/SDC-INDECOPI[58], como sostuvo la recurrente. En dicho pronunciamiento la Sala indicó que la existencia de una alusión indirecta exige verificar si el consumidor puede identificar inequívocamente a un competidor a partir de los elementos objetivos del anuncio y su contexto. Así, la Sala concluyó, en términos generales, que ni la estructura del mercado ni las percepciones de consumidores resultaban suficientes para acreditar una alusión inequívoca,

[58] Dicha resolución fue emitida en el procedimiento seguido por Telefónica del Perú S.A.A. y América Móvil Perú S.A.C. contra Wi-Net Telecom S.A.C. el 18 de junio de 2024.

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

Documento electrónico firmado digitalmente en el marco de la Ley N°27269, Ley de Firmas y Certificados Digitales, su reglamento y modificatorias.
La integridad del documento y la autoría de la(s) firma(s) pueden ser verificadas en: https://apps.firmaperu.gob.pe/web/validador.xhtml

cuando el contenido publicitario no individualizaba objetivamente a un agente económico determinado[59].

92. En consecuencia, los comentarios invocados por la recurrente no resultan idóneos para acreditar la percepción general de los destinatarios de la publicidad ni permiten concluir que esta haya generado, de forma inequívoca, una alusión a Sistemas Tecnológicos o a su oferta comercial.

F. Otros elementos presentados como prueba de alusión inequívoca

93. Sistemas Tecnológicos presentó como medios de prueba diversos anuncios que habrían sido difundidos en el año 2026, con el objeto de acreditar una supuesta conducta reiterada por parte de Ridetechnology. Sin embargo, tales anuncios no resultan pertinentes para la evaluación del presente caso.

94. Ello se debe a que la publicidad materia de controversia fue difundida entre el 2 de septiembre y el 17 de octubre de 2024. En ese sentido, piezas publicitarias diferentes a la que fue materia de imputación, difundidas casi dos (2) años después de esta, no son relevantes para la evaluación de los hechos denunciados[60].

95. Por otro lado, la recurrente indicó que debía aplicarse el criterio desarrollado en la Resolución 0057-2026/SDC-INDECOPI[61]. En dicho pronunciamiento la Sala determinó que existía una alusión indirecta debido a que la campaña publicitaria cuestionada reproducía -de forma coincidente- diversas expresiones asociadas a los principales competidores en ese mercado, lo que permitía su identificación.

96. En el presente caso no se aprecia una concurrencia de elementos equivalentes que permita arribar a una conclusión similar. Como se ha desarrollado previamente, el anuncio bajo análisis solo resalta un atributo de la oferta de Ridetechnology, sin efectuar una comparación con la oferta de otros agentes económicos ni aludir -directa o indirectamente- a Indrive o a su oferta, por lo que corresponde desestimar este argumento.

---

59 Ver los numerales 203 al 207 de dicha resolución.

60 Cabe señalar que, en caso la recurrente considere que los mencionados anuncios difundidos con posterioridad al anuncio imputado configurarían una presunta infracción a la Ley de Represión de la Competencia Desleal, corresponde formular su denuncia correspondiente, considerando los requisitos contemplados en el artículo 29 de la mencionada norma.

61 Dicha resolución fue emitida en el procedimiento seguido por América Móvil Perú S.A.C. contra Viettel Perú S.A.C.

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

Documento electrónico firmado digitalmente en el marco de la Ley N°27269, Ley de Firmas y Certificados Digitales, su reglamento y modificatorias.
La integridad del documento y la autoría de la(s) firma(s) pueden ser verificadas en: https://apps.firmaperu.gob.pe/web/validador.xhtml

III.3.2.3 Conclusión

97. Los elementos invocados por Sistemas Tecnológicos —analizados de manera conjunta y a través de una interpretación superficial e integral de la publicidad— no permiten concluir que la publicidad imputada conlleve a una alusión inequívoca. Por el contrario, el anuncio transmite un mensaje general sobre la seguridad del servicio, sin identificar objetivamente a un competidor determinado.

98. En atención a ello, al no verificarse el presupuesto de alusión inequívoca exigido para la configuración de un acto de competencia desleal bajo la modalidad de actos de comparación indebida, no corresponde continuar con el análisis de los requisitos de licitud establecidos en el numeral 11.2 del artículo 11 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal, previstos para este tipo de conductas contrarias a la buena fe empresarial[62].

99. Finalmente, corresponde recordar que, conforme al artículo 1 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal[63], el objeto de tutela de la norma es el adecuado funcionamiento del proceso competitivo, reprimiéndose únicamente aquellas conductas que tengan aptitud real o potencial para afectarlo.

100. Al respecto, la Exposición de Motivos de la Ley de Represión de la Competencia Desleal sostiene que, bajo el modelo social de represión de la competencia desleal, *"la normativa represora de la competencia desleal deja de ser un ordenamiento primariamente concebido para la protección de una empresa en sus relaciones con los competidores, para convertirse progresivamente en un Derecho ordenador de las relaciones de mercado que extiende su dominio a la tutela del interés de los consumidores y del propio interés público en el mantenimiento de un orden concurrencial no falseado"*[64].

101. En ese sentido, la potestad sancionadora en materia de represión de la competencia desleal no se encuentra concebida para evitar que las empresas se sientan afectadas por la competencia. La publicidad comparativa, normalmente, trae beneficios para los consumidores, ya que les permite contrastar las ofertas de los agentes económicos en el mercado y reducir los costos de información. En tal sentido, solamente se debe prohibir cuando resulte muy clara la alusión a la oferta ajena y esta no cumpla con los requisitos

---

62 Ver nota a pie 40 de la presente resolución.

63 **DECRETO LEGISLATIVO 1044. LEY DE REPRESIÓN DE LA COMPETENCIA DESLEAL**
Artículo 1.- Finalidad de la Ley
La presente Ley reprime todo acto o conducta de competencia desleal que tenga por efecto, real o potencial, afectar o impedir el adecuado funcionamiento del proceso competitivo.

64 Ver página 5 del documento denominado "Exposición de motivos" de la Ley de Represión de la Competencia Desleal. Consultado en: https://spij.minjus.gob.pe/spij-ext-web/#/detallenorma/H967537

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

Documento electrónico firmado digitalmente en el marco de la Ley N°27269, Ley de Firmas y Certificados Digitales, su reglamento y modificatorias.
La integridad del documento y la autoría de la(s) firma(s) pueden ser verificadas en: https://apps.firmaperu.gob.pe/web/validador.xhtml

de legalidad previstos en el ordenamiento. En otras palabras, deben descartarse las interpretaciones amplias o extensivas que restrinjan la libertad competitiva y de expresión publicitaria y, por tanto, no resguarden el adecuado funcionamiento del proceso competitivo.

102. Desde esta perspectiva, propia del referido modelo social de la competencia desleal, la tutela del proceso competitivo comprende primordialmente la protección de los intereses de los consumidores, en tanto estos son destinatarios directos de los beneficios derivados de una leal competencia, tales como la posibilidad de acceder a información adecuada, comparar ofertas y adoptar decisiones de consumo libres de distorsiones indebidas[65].

103. Admitir una conclusión distinta implicaría extender indebidamente el ámbito represivo del derecho de la competencia desleal hacia supuestos en los que no existe una alteración verificable de las condiciones de competencia ni una afectación objetiva a los consumidores. Ello desnaturalizaría la finalidad garantista y excepcional del ejercicio de la potestad sancionadora del Estado, convirtiendo el régimen de competencia desleal en un mecanismo de tutela de percepciones subjetivas o intereses empresariales individuales, antes que en un instrumento de protección del correcto funcionamiento del mercado.

104. En consecuencia, corresponde confirmar el pronunciamiento de la primera instancia.

IV. RESOLUCIÓN DE LA SALA

PRIMERO: denegar la confidencialidad de la información presentada por Ridetechnology Global FZ-LLC en su escrito del 5 de mayo de 2026, referida al contenido de los documentos denominados "Carta de Cese y desistimiento" y "Declaración Jurada".

---

65 En esa misma línea, la jurisprudencia norteamericana ha desarrollado el criterio de "materiality", conforme al cual solo existe una infracción relevante cuando el mensaje cuestionado tiene aptitud real para influir en la decisión económica del consumidor. Así, en *Pizza Hut, Inc. v. Papa John's International, Inc.*, la Corte sostuvo que el slogan "Better Ingredients. Better Pizza." constituía *non-actionable puffery* (exageración publicitaria no demandable), pues no era una afirmación objetiva sobre la cual los consumidores razonablemente pudieran basar su decisión de consumo, añadiendo además que no existía evidencia de que el mensaje fuera "material to the purchasing decisions of the consumers" ("material para las decisiones de compra de los consumidores"). Para mayores detalles, consultar la sentencia *Pizza Hut, Inc. v. Papa John's International, Inc.*, 227 F.3d 489 (5th Cir. 2000). Ver: https://law.justia.com/cases/federal/appellate-courts/F3/227/489/615120/

En el mismo sentido, la Federal Trade Commission (en adelante, la FTC) ha señalado que: "The basic question is whether the act or practice is likely to affect the consumer's conduct or decision with regard to a product or service" ("La cuestión fundamental es determinar si el acto o práctica es susceptible de afectar la conducta o decisión del consumidor respecto de un producto o servicio"), y que "consumer injury is likely, because consumers are likely to have chosen differently but for the deception" ("el perjuicio al consumidor existe porque este probablemente habría tomado una decisión distinta de no mediar el supuesto engaño"). Para mayores detalles, consultar la Declaración de Política de la FTC sobre el Engaño (*FTC Policy Statement on Deception*), emitida el 14 de octubre de 1983. Ver: https://www.ftc.gov/legal-library/browse/ftc-policy-statement-deception

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

Documento electrónico firmado digitalmente en el marco de la Ley N°27269, Ley de Firmas y Certificados Digitales, su reglamento y modificatorias.
La integridad del documento y la autoría de la(s) firma(s) pueden ser verificadas en: https://apps.firmaperu.gob.pe/web/validador.xhtml

SEGUNDO: confirmar la Resolución 0136-2025/CCD-INDECOPI del 8 de julio de 2025, que declaró infundada la denuncia presentada por Sistemas Tecnológicos Modernos S.A.C. por la presunta comisión de actos de competencia desleal en la modalidad de comparación indebida, supuesto establecido en el artículo 12 del Decreto Legislativo 1044, Ley de Represión de la Competencia Desleal.

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

Indecopi Firma Digital

Firmado digitalmente por CALDERON LOPEZ Andres Francisco FAU 20133840533 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 22.06.2026 12:50:25 -05:00

ANDRÉS FRANCISCO CALDERÓN LÓPEZ
Presidente

Documento electrónico firmado digitalmente en el marco de la Ley N°27269, Ley de Firmas y Certificados Digitales, su reglamento y modificatorias.
La integridad del documento y la autoría de la(s) firma(s) pueden ser verificadas en: https://apps.firmaperu.gob.pe/web/validador.xhtml

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

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

El vocal que suscribe el presente voto discrepa del sentido del voto en mayoría con relación a su decisión de confirmar la Resolución 0136-2025/CCD-INDECOPI del 8 de julio de 2025, en el sentido que declaró infundada la presunta comisión de actos de competencia desleal en la modalidad de comparación indebida, supuesto establecido en el artículo 12 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal. En tal sentido, considera que corresponde revocar la resolución apelada y, reformándola, declarar fundada la denuncia. Mi voto se sustenta en las siguientes consideraciones:

1. La recurrente ha presentado diversos elementos informativos que, si bien analizadas individualmente no alcanzan a determinar una causalidad por el hecho que la cantidad de datos es relativamente pequeña. Sin embargo, vistos de manera conjunta, sí me generan el convencimiento de que la denunciada infringió el artículo 12 del de la Ley de Represión de la Competencia Desleal. En particular, me quiero referir al análisis que se ha realizado del estudio de mercado denominado "Estudio Taxis por aplicativo" que la denunciante puso a disposición del Colegiado y que -a decir de la mayoría- no alcanzaría la altura de un criterio estadístico.

2. Sin embargo, este tipo de estudios puede resultar útil para explorar fenómenos, aportar evidencia descriptiva respecto de los sujetos observados y contribuir a la contrastación de hipótesis y/o teorías[66]. En tal sentido, si bien un estudio basado en un muestreo no probabilístico no permite extrapolar sus resultados a la totalidad de la población, en el presente caso el estudio presentado por Sistemas Tecnológicos permite observar que varias de las personas entrevistadas identificaron una alusión a la oferta de la denunciante, por lo que -más allá de descartarlo por la forma en que se seleccionó la muestra para dicho estudio- debería evaluarse si existen elementos que denoten una comparación indebida en el presente caso.

3. En ese sentido, de acuerdo con los términos de la denuncia presentada por Sistemas Tecnológicos, la publicidad difundida por Ridetechnology incurre en un evidente acto de comparación indebida. Esto se debe a que los consumidores podían identificar razonablemente una comparación entre la supuesta ventaja del servicio de su plataforma Yango, frente a la desventaja de la prestación de Indrive, sin cumplir con los requisitos de licitud previstos en la

---

66 A modo de ejemplo, se puede consultar literatura de Rubin, H. J., y Rubin, I. S. (2012), *Qualitative Interviewing: The Art of Hearing Data* (3.ª ed.), Sage Publications. Asimismo, se sugiere a Patton, M. Q. (2015), *Qualitative Research & Evaluation Methods* (4.ª ed.), Sage Publications; y, a Yin, R. K. (2018), *Case Study Research and Applications* (6.ª ed.), Sage Publications. Este último resalta que el propósito de los estudios de caso no es generalizar sus hallazgos a poblaciones, sino verificar teorías.

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

Documento electrónico firmado digitalmente en el marco de la Ley N°27269, Ley de Firmas y Certificados Digitales, su reglamento y modificatorias.
La integridad del documento y la autoría de la(s) firma(s) pueden ser verificadas en: https://apps.firmaperu.gob.pe/web/validador.xhtml

Ley de Represión de la Competencia Desleal. Al respecto, Sistemas Tecnológicos sostuvo que la alusión inequívoca a su empresa se verificaba principalmente de elementos gráficos y afirmaciones contenidas en el anuncio cuestionado, así como la proximidad física entre el anuncio de la imputada y el suyo.

4. De conformidad con el marco normativo que regula los actos de competencia desleal en la modalidad de comparación indebida, así como aquel que establece las pautas a considerarse al momento de realizar una interpretación de la publicidad —ambos aspectos normativos previamente desarrollados en el voto en mayoría— observo que la publicidad difundida por Ridetechnology contiene un mensaje comparativo que tiene como propósito aludir indirecta e inequívocamente a la oferta comercial de Indrive.

5. En primer término, observando los elementos propios de la pieza cuestionada, la publicidad difundida por Ridetechnology presenta un elemento gráfico rectangular de color verde que reproduce visualmente el espacio característico utilizado por Indrive dentro de su interfaz para la negociación de tarifas entre usuarios y conductores. Dicho elemento no puede ser entendido como un recurso gráfico neutro, pues se encuentra asociado con un atributo del modelo de negocio de Indrive, esto es, la posibilidad de que el usuario "ofrezca" una tarifa al conductor.

6. Adicionalmente, dicho color constituye uno de los elementos visuales más representativos de la identidad comercial de dicha plataforma dentro del mercado.

7. A ello se suma el empleo de la frase "Ofrece tu seguridad", utilizada dentro del referido recuadro verde, la cual constituye una evocación de la expresión "Ofrece tu tarifa", utilizada por Indrive en su publicidad. La similitud de ambas expresiones resulta particularmente relevante, pues la publicidad cuestionada sustituye deliberadamente el término "tarifa" por "seguridad", manteniendo inalterada la estructura lingüística del mensaje y el formato visual asociado al servicio prestado por la recurrente.

8. De acuerdo con lo señalado por la denunciante, el anuncio de Ridetechnology se encontraba ubicado a una distancia aproximada de cien (100) metros del anuncio publicitario de Indrive, en la misma avenida y dentro de un mismo eje visual de percepción. Además, no se trataba de piezas de reducidas dimensiones, sino de anuncios publicitarios de gran formato instalados en la Vía Expresa de Paseo de la República, visibles para peatones, pasajeros y conductores que transitaban por dicha vía. En tales condiciones, la distancia existente entre ambos anuncios no resulta, por sí sola, incompatible con una percepción conjunta de los mensajes difundidos.

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

Documento electrónico firmado digitalmente en el marco de la Ley N°27269, Ley de Firmas y Certificados Digitales, su reglamento y modificatorias.
La integridad del documento y la autoría de la(s) firma(s) pueden ser verificadas en: https://apps.firmaperu.gob.pe/web/validador.xhtml

9. A ello es de añadir que ambas piezas publicitarias fueron difundidas en un periodo temporal similar, según lo alegado por las mismas partes. Esta coincidencia espacial y temporal constituye un elemento relevante para interpretar el mensaje transmitido al consumidor, en tanto incrementa la probabilidad de que los destinatarios de la publicidad hayan asociado ambos anuncios. En materia de publicidad comparativa, la alusión indirecta puede construirse no solo a partir del contenido explícito de la pieza cuestionada, sino también mediante elementos contextuales que permitan al público identificar al competidor aludido sin necesidad de mencionarlo expresamente[67].

10. En ese escenario, resulta pertinente cuestionar la motivación de Ridetechnology al colocar su anuncio frente al de la recurrente, con posterioridad inmediata a la instalación de este último. Con esta acción, la denunciada hace una referencia indirecta a la "seguridad", presentándola como un atributo distintivo de su oferta y sugiriendo, por contraste, que dicho elemento no estaría presente en la oferta de la recurrente; sin embargo, al tratarse de un elemento esencial para cualquier aplicativo que presta este servicio[68], instrumentalizarlo de esa forma termina afectando severamente al proceso competitivo.

11. Si bien Ridetechnology ha sostenido que otras plataformas —como Didi— también utilizan esquemas de negociación de tarifas, razón por la cual no podría concluirse que la publicidad estuviera dirigida específicamente a Indrive, dicho argumento no resulta convincente. Aunque existen otras aplicaciones que permiten ciertos mecanismos de negociación de tarifas, lo cierto es que el número de operadores que basan sustancialmente su modelo de negocio en dicha característica es considerablemente reducido. Más aún, Indrive es la empresa que ha construido su posicionamiento comercial precisamente alrededor de ese atributo diferenciador.

12. En consecuencia, estimo que la publicidad cuestionada contiene una alusión inequívoca indirecta hacia el servicio prestado por Indrive y un mensaje comparativo, pues establece una confrontación implícita entre las condiciones de seguridad ofrecidas por Ridetechnology y aquellas asociadas al modelo de negocio de la recurrente.

---

67 En esa misma línea, la doctrina especializada ha reconocido que la alusión inequívoca puede configurarse no solo por el contenido intrínseco del mensaje publicitario, sino también por las circunstancias relativas al momento y lugar de su difusión. Así, Tato Plaza señala que "en muchas ocasiones, la coincidencia temporal de una campaña publicitaria con la de un competidor puede provocar que el público entienda que aquella campaña hace una referencia inequívoca a éste. Lo mismo puede suceder cuando la campaña publicitaria se difunde en el mismo medio donde anteriormente se difundió una campaña publicitaria de un competidor (...)". TATO PLAZA, Anxo. "La publicidad Comparativa". Marcial Pons, Madrid, 1996, pp. 27 y 28.

68 De acuerdo con la información que se ha presentado, por ejemplo, a través del estudio de CCR Quore y la publicación del Indecopi "Checa tu taxi".

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

Documento electrónico firmado digitalmente en el marco de la Ley N°27269, Ley de Firmas y Certificados Digitales, su reglamento y modificatorias.
La integridad del documento y la autoría de la(s) firma(s) pueden ser verificadas en: https://apps.firmaperu.gob.pe/web/validador.xhtml

13. Determinada la naturaleza comparativa del mensaje y la alusión inequívoca al servicio prestado por Indrive, corresponde evaluar si la comparación cumple con las exigencias de licitud previstas en el numeral 2 del artículo 11 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal[69].

14. Sobre este punto, considero que la publicidad difundida por Ridetechnology no supera el análisis de licitud exigido, toda vez que la frase "Tu seguridad no se negocia" carece de un contenido objetivo, verificable y susceptible de comprobación suficiente. En efecto, la frase "Tu seguridad no se negocia" utilizada en el anuncio responde a una valoración eminentemente subjetiva y abstracta, respecto de la cual no existe un parámetro unívoco que permita afirmar objetivamente que un servicio de intermediación es más seguro que otro en los términos planteados por la publicidad.

15. Ciertamente, la frase antes indicada constituye una apreciación valorativa que carece de un estándar único que permita corroborar su veracidad, pues se trata de una expresión cuyo significado puede ser interpretado de diversas maneras por los destinatarios del mensaje. Precisamente, el primer requisito de licitud previsto en el literal a) del mencionado numeral 2 del artículo 11 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal, es que el acto de comparación comprenda información verdadera por su condición objetiva, lo que no se constata en el presente caso.

16. Por los motivos expuestos, a diferencia del voto en mayoría, considero que corresponde revocar la Resolución 0136-2025/CCD-INDECOPI del 8 de julio de 2025, que declaró infundada la imputación contra a Ridetechnology por la presunta comisión de actos de comparación indebida; y, reformándola, declararla fundada.

JOSÉ ABRAHAM TAVERA COLUGNA
Vocal

---

69 Ver nota a pie 40 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

Documento electrónico firmado digitalmente en el marco de la Ley N°27269, Ley de Firmas y Certificados Digitales, su reglamento y modificatorias.
La integridad del documento y la autoría de la(s) firma(s) pueden ser verificadas en: https://apps.firmaperu.gob.pe/web/validador.xhtml