PROCEDENCIA	:	COMISIÓN DE FISCALIZACIÓN DE LA COMPETENCIA DESLEAL
DENUNCIANTE	:	VENTUS CORP PERU S.A.C.[1]
DENUNCIADO	:	GLAZER CORP PERÚ S.A.C.[2]
MATERIA	:	COMPETENCIA DESLEAL ACTOS DE DENIGRACIÓN
ACTIVIDAD	:	VENTA AL POR MAYOR DE OTROS TIPOS DE MAQUINARIA Y EQUIPO

SUMILLA: Se CONFIRMA la Resolución 251-2025/CCD-INDECOPI del 10 de diciembre de 2025 que declaró infundada la denuncia efectuada por Ventus Corp Perú S.A.C. contra Glazer Corp Perú S.A.C. por la presunta comisión de actos de competencia desleal en la modalidad de actos de denigración, supuesto establecido en el artículo 11 del Decreto Legislativo 1044 – Ley de Represión de la Competencia Desleal.

Ello debido a que, de una interpretación superficial e integral de la publicidad cuestionada, se desprende que los anuncios aludidos no están referidos, de manera directa o por implicación, a Ventus Corp Perú S.A.C. En efecto, el contenido de los anuncios se circunscribe a comunicar la disponibilidad de repuestos originales para las máquinas de helado que comercializa la denunciada y el servicio posventa que ofrece a sus clientes, sin efectuar una referencia inequívoca, ya sea expresa o implícita, a otro agente económico.

Lima, 5 de agosto de 2026

I. ANTECEDENTES

1. El 17 de marzo de 2025, Ventus Corp Perú S.A.C. (en adelante Ventus) denunció a Glazer Corp Perú S.A.C. (en adelante Glazer) ante la Secretaría Técnica de la Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal (en adelante la Secretaría Técnica de la Comisión) por la presunta comisión de actos de competencia desleal en las modalidades de denigración y comparación indebida, previstas en los artículos 11 y 12, respectivamente, del Decreto Legislativo 1044 - Ley de Represión de la Competencia Desleal (en adelante Ley de Represión de la Competencia Desleal)[3]. La denuncia se

[1] Persona jurídica con Registro Único de Contribuyente 20543754332.

[2] Persona jurídica con Registro Único de Contribuyente 20608490567.

[3] **DECRETO LEGISLATIVO 1044. LEY DE REPRESIÓN DE LA COMPETENCIA DESLEAL**
Artículo 11.- Actos de denigración.-
11.1.- Consisten en la realización de actos que tengan como efecto, real o potencial, directamente o por implicación,

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

sustentó en los siguientes argumentos[4]:

(i) Glazer publicó un video en formato *reel*[5] en sus cuentas oficiales de Instagram y Facebook, en el cual se formularían las siguientes afirmaciones:

> *"(...) Dos, repuestos, con tantos helados que vas a vender es normal que se desgasten algunas piezas, entonces donde compras tu maquina deben tener repuestos originales porque tu negocio no puede parar ni esperar, y si no tienen ellos, ¿en dónde los vas a conseguir? después vienen a Glazer a preguntar si no tenemos los repuestos de la máquina de helados de la marca VS%E/C. Aquí en Glazer tenemos todos los repuestos que tu máquina de helados necesita (...)."*

Asimismo, dicho *reel* incluiría la siguiente descripción:

> *"Glazer.peru ¿Quieres emprender en el negocio de helado soft? aquí te decimos lo que sí o sí tienes que saber antes de invertir, no arriesgues tu inversión, ven a #Glazer".*

(ii) Aunque en el referido video no se escucharía expresamente la palabra "Ventus", la presentadora que aparecería en este habría pronunciado

---

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

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 ajenos.
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.

[4] Ventus solicitó la imposición de una multa de hasta setecientas (700) UIT y que, en calidad de medidas correctivas, ordene el cese inmediato de la publicidad denunciada y la adopción de las medidas necesarias para remover los efectos de la conducta infractora, incluyendo la rectificación de las afirmaciones difundidas y la publicación de la resolución condenatoria. Asimismo, solicitó el pago de las costas y costos del procedimiento.

[5] Los *reels* constituyen un formato de publicación de contenido audiovisual de corta duración implementado por las plataformas Instagram y Facebook, que permite la creación, edición y difusión de videos mediante herramientas como música, audio, texto y efectos visuales. Dicho formato se encuentra diseñado para facilitar el descubrimiento y consumo de contenido audiovisual breve por parte de los usuarios de dichas redes sociales. Para mayor información, ver: https://es-la.facebook.com/help/www/386221115984344, consultado el 5 de agosto 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

dicho nombre, el cual habría sido ocultado mediante un pitido de censura. Ello se advertiría por el movimiento de sus labios y su gesticulación, así como por la presencia de la letra "V" en el *reel*, por lo que el consumidor identificaría que el mensaje estaba referido a las máquinas de helados comercializadas por su empresa.

(iii) Los anuncios transmitirían que las máquinas de helados comercializadas por su empresa no contarían con repuestos originales ni con disponibilidad de repuestos en caso de fallas o desgaste, por lo que adquirir dichos equipos implicaría "arriesgar la inversión". Dicha información es falsa, pues sus productos sí cuentan con los repuestos necesarios, por lo que la publicidad denunciada desacreditaría su oferta, prestigio y reputación empresarial.

2. Mediante Resolución s/n del 30 de abril de 2025, la Secretaría Técnica de la Comisión admitió a trámite la denuncia e imputó a Glazer los siguientes cargos:

(i) La presunta comisión de actos de denigración, supuesto establecido en el artículo 11 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal, debido a que habría difundido a través de sus páginas de Instagram y Facebook un anuncio publicitario en formato *reel* que menoscabaría la imagen, prestigio y reputación empresarial de Ventus, en tanto contendría afirmaciones que no cumplirían con los requisitos de licitud contenidos en el numeral 11.2 del artículo antes referido.

En particular, se imputó que, a través del contenido del referido anuncio —en conjunto con el movimiento de labios de la presentadora del mismo y la utilización de la letra “V” en el *reel*—, se transmitirían los siguientes mensajes respecto de las máquinas de helados comercializadas por Ventus: (i) que estas no contarían con “repuestos originales”; y, (ii) que, ante el desgaste de alguna de sus piezas, Ventus no brindaría una solución a sus clientes debido a que no dispondría de los repuestos necesarios para ello.

Según los cargos imputados, mediante la descripción que acompañaba al referido contenido publicitario, Glazer habría transmitido el mensaje de que la adquisición de una máquina de helados de la marca Ventus implicaría un riesgo para la inversión del consumidor, en tanto la eventual falta de repuestos podría ocasionar la paralización de las actividades de los negocios que hubieran adquirido dichas máquinas.

(ii) La presunta comisión de actos de comparación indebida, supuesto establecido en el artículo 12 de la Ley de Represión de la Competencia

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

Desleal, debido a que habría difundido a través de sus páginas de *Instagram* y *Facebook* un anuncio publicitario en formato *reel* que compararía las ventajas del producto ofrecido por Ventus frente al producto de Glazer (en ambos casos máquinas de helados), vulnerando la "excepción de veracidad" establecida en el numeral 11.2 del artículo 11 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal.

De acuerdo con la imputación de cargos, a través del contenido del referido anuncio —en conjunto con el movimiento de labios de la presentadora del mismo y la utilización de la letra "V" en el *reel*—, se transmitiría el mensaje de que los productos de Glazer contarían con repuestos originales, en comparación con Ventus que no contaría con repuestos originales.

3. El 22 de mayo de 2025[6], Glazer presentó sus descargos, indicando lo siguiente:

(i) La publicidad cuestionada no contiene alusión alguna a Ventus, pues el mensaje se limitaría a destacar como ventaja competitiva la disponibilidad inmediata de repuestos originales para las máquinas que comercializa su empresa. Cualquier presunta mención a otra marca habría sido censurada mediante un sonido agudo, lo que impediría que el público destinatario identificara a un competidor específico.

(ii) Sobre el análisis del movimiento de labios alegado por Ventus, no correspondería a la forma en que un consumidor promedio percibe un *reel* en redes sociales. La secuencia de caracteres mostrada, incluida la letra "V", sería ambigua e insuficiente para identificar inequívocamente a Ventus, más aún cuando existirían diversas marcas en el mercado que incorporan dicha letra en su denominación.

(iii) Los anuncios no constituirían un acto de denigración ni una comparación indebida, pues expresiones como "no arriesgues tu inversión" tendrían un carácter meramente enaltecedor de las características de sus propios productos y no implicarían una crítica, expresa o implícita, a la oferta de un competidor identificable. Al no existir una alusión inequívoca a Ventus, tampoco podría configurarse infracción alguna.

(iv) Los anuncios cuestionados constituyen un ejercicio legítimo de derecho a la libertad de expresión publicitaria al resaltar las ventajas de sus productos, sin exceder los límites permitidos por la normativa sobre competencia desleal.

[6] Complementado con escrito del 28 de mayo de 2025.

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

4. El 20 de octubre de 2025, Ventus señaló que sus principales competidores en el mercado de máquinas de helados serían Dakota Import E.I.R.L. (en adelante Dakota), Equipamiento Ilumi S.A.C. (en adelante Ilumi) y Glazer. Asimismo, presentó un análisis elaborado mediante la plataforma Semrush[7] para acreditar el posicionamiento de las marcas en dicho mercado, según el cual Ventus, Ilumi y Glazer serían las principales marcas del sector, siendo su empresa la de mayor presencia.

5. El 25 de noviembre de 2025, Glazer reiteró sus argumentos y, adicionalmente, señaló lo siguiente:

   (i) La denunciada reconoció la existencia de un mercado competitivo con diversos proveedores de máquinas de helados, así como la ausencia de información oficial sobre su participación de mercado, lo que impide sostener que el público identificaría inequívocamente a Ventus como destinataria del anuncio.

   (ii) El análisis elaborado mediante la plataforma Semrush no constituiría un estudio de mercado idóneo para acreditar la percepción del consumidor promedio, por cuanto se basaría en métricas de tráfico web y búsqueda de palabras clave, las cuales resultarían insuficientes para demostrar una alusión inequívoca.

   (iii) La presencia de la letra "V" en los subtítulos de los anuncios no permitirían identificar necesariamente a Ventus, pues dicha letra también correspondería a diversos términos técnicos utilizados en el rubro de la refrigeración, como *valve* (válvula), *vent* (ventilación) y *vacuum cooling* (enfriamiento por vacío).

6. Por Resolución 251-2025/CCD-INDECOPI del 10 de diciembre de 2025, la Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal (en adelante la Comisión) declaró infundada la denuncia de Ventus contra Glazer por la presunta realización de los actos de denigración. Ello, sobre la base de los siguientes fundamentos[8]:

---

[7] Semrush es una plataforma de análisis de marketing digital que recopila y procesa información sobre tráfico web, posicionamiento en motores de búsqueda y volumen de búsqueda de palabras clave, con el propósito de generar métricas de visibilidad y competitividad digital de sitios web y marcas en entornos en línea. Su metodología se basa en el análisis de datos de navegación y dominios de internet, por lo que permite medir el desempeño digital de una marca, mas no evaluar la percepción del consumidor ni su grado de asociación con un determinado producto, servicio o mensaje publicitario. Para mayor información, ver: https://es.semrush.com/, consultado el 5 de agosto de 2026.

[8] Adicionalmente, la Comisión sostuvo que los hechos denunciados serían analizados únicamente como presuntos actos de denigración, al considerar que la publicidad cuestionada transmitía un mensaje predominantemente denigratorio antes que uno de comparación indebida.

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

(i) Si bien quedó acreditada la difusión por parte de Glazer de las afirmaciones cuestionadas por Ventus, un análisis integral y superficial de la publicidad no permite constatar una alusión inequívoca a la denunciante.

(ii) El formato *reel* de las redes sociales se caracteriza por un consumo rápido y superficial, por lo que el consumidor promedio no realiza un análisis minucioso de elementos como la gesticulación de la presentadora o los caracteres que aparecen en los subtítulos.

(iii) El recurso de censura empleado, consistente en un pitido y una secuencia de caracteres mostrados durante aproximadamente un segundo (incluida la letra "V" en dichos subtítulos), resultaba insuficiente para que el público identificara inequívocamente a Ventus.

7. El 13 de enero de 2026, Ventus interpuso apelación contra la Resolución 251-2025/CCD-INDECOPI, reiterando sus argumentos y agregó que, a su vez, correspondía analizar la conducta infractora como un presunto acto de comparación indebida[9].

8. El 6 de mayo de 2026, Glazer absolvió la apelación de Ventus acogiéndose a los fundamentos expuestos por la Comisión y, además, reiteró lo alegado durante el procedimiento.

II. CUESTIÓN EN DISCUSIÓN

9. En atención a los antecedentes expuestos, corresponde a la Sala Especializada en Defensa de la Competencia (en adelante la Sala) determinar si Glazer incurrió en los presuntos actos de competencia desleal imputados, en las modalidades de denigración y comparación indebida y, de ser el caso, si corresponde imponer una sanción y una medida correctiva a la imputada, así como ordenarle el pago de costas y costos a favor de Ventus.

III. ANÁLISIS DE LA CUESTIÓN EN DISCUSIÓN

III.1. Sobre el acto de denigración imputado

III.1.1. Marco normativo

[9] El 29 de mayo de 2026, Ventus reiteró sus argumentos expuestos a lo largo 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

10. El artículo 11 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal[10] establece que los actos de denigración son aquellos que tienen como efecto, real o potencial, directamente o por implicación, menoscabar la imagen, el crédito, la fama o la reputación empresarial o profesional de otro u otros agentes económicos.

11. En doctrina, la denigración es definida como una lesión del crédito comercial del que gozan quienes operan en el mercado comercializando productos y servicios[11]. Así, serán consideradas desleales y sancionables aquellas afirmaciones o declaraciones en las que las empresas o sus representantes empleen frases e imágenes que generen ilegítimamente descrédito a los productos o servicios de un determinado agente en el mercado.

12. La configuración de un acto denigración requiere la mención o alusión a competidores o su oferta[12], pues no podría existir un menoscabo a la imagen o reputación de un presunto competidor o competidores si estos ni siquiera resultan identificables, ya sea directamente o por implicación.

13. En esta línea, la doctrina distingue entre la alusión explícita o implícita al competidor o su oferta. En el primer caso, el anunciante menciona de manera explícita la marca, razón social, nombre comercial u otro signo distintivo que permita identificar claramente a otro agente económico o sus productos. Por su parte, para estar frente a una alusión implícita no basta con una mención vaga o genérica hacia los competidores; sino que, más bien, la referencia debe ser clara y precisa, de modo que el público pueda reconocer sin duda alguna al competidor o a los productos o servicios a los que se alude en el anuncio[13].

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

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

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

---

10 Ver nota a pie 3.

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

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

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

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

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

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

15. En resumen, en caso de que la expresión supuestamente denigratoria difundida por el denunciado cumpla con los requisitos antes señalados, dicha actuación no calificará como un acto de competencia desleal. Por el contrario, si no cumple con tales requisitos, corresponderá ser sancionada.

III.1.2. Aplicación al presente caso

A. Sobre la alusión inequívoca

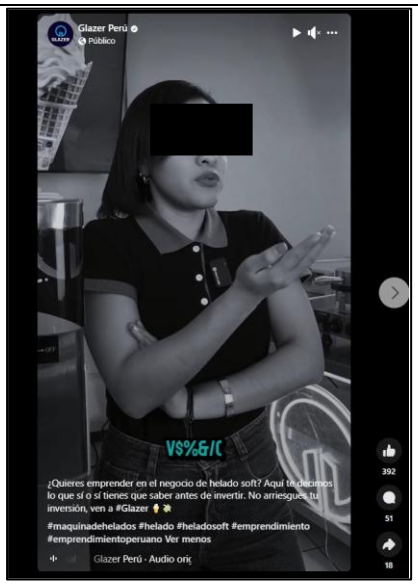
16. En principio, no constituye un hecho controvertido que las publicaciones materia de cuestionamiento, en las que se incluyeron las afirmaciones objeto de imputación, fueron difundidas por Glazer a través de sus cuentas oficiales de Instagram y Facebook.

17. A fin de verificar la existencia de un acto de denigración, es necesario que el presunto infractor haya hecho mención directa a un competidor o a su oferta (alusión directa), o que, por implicación, la identificación de dicho competidor sea fácilmente perceptible por los consumidores (alusión indirecta).

18. Los anuncios cuestionados en el presente caso son los siguientes:

CONTINÚA EN LA SIGUIENTE HOJA

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

Publicidad difundida en la red social Instagram	Publicidad difundida en la red social Facebook
	

19. Se trata de un video difundido en las redes sociales Instagram y Facebook, a través de la cuenta de Glazer, en el que una presentadora, identificada como representante de dicha empresa, destaca los beneficios de adquirir las máquinas de helado soft comercializadas por Glazer. En particular, se señala lo siguiente:

> *"(…) Dos, repuestos, con tantos helados que vas a vender es normal que se desgasten algunas piezas, entonces donde compras tu maquina deben tener repuestos originales porque tu negocio no puede parar ni esperar, y si no tienen ellos, ¿en dónde los vas a conseguir? después vienen a Glazer a preguntar si no tenemos los repuestos de la máquina de helados de la marca VS%E/C. Aquí en Glazer tenemos todos los repuestos que tu máquina de helados necesita".*

20. Adicionalmente, cada publicación incluye una descripción en la que se indica lo siguiente

> *"Glazer.peru ¿Quieres emprender en el negocio de helado soft? aquí te decimos lo que sí o sí tienes que saber antes de invertir, no arriesgues tu inversión, ven a #Glazer."*

21. El artículo 21 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal[14] establece las

[14] **DECRETO LEGISLATIVO 1044. LEY DE REPRESIÓN DE LA COMPETENCIA DESLEAL**
Artículo 21.- Interpretación de la publicidad
21.1 La publicidad es evaluada por la autoridad teniendo en cuenta que es un instrumento para promover en el

pautas de enjuiciamiento e interpretación de las manifestaciones publicitarias, precisando que su análisis debe efectuarse de manera integral y teniendo en cuenta el hecho de que el consumidor es influenciado mediante un examen superficial del mensaje publicitario, esto es, capta dicho mensaje en su conjunto y sin efectuar una evaluación detenida de la publicidad, sino mediante una lectura sencilla y propia de un entendimiento usual.

22. Un análisis integral y superficial de los anuncios cuestionados permite advertir que Glazer resalta la disponibilidad de repuestos originales para las máquinas de helado que comercializa, así como el servicio postventa que ofrece a sus clientes. En particular, los anuncios destacan que los compradores de dichas máquinas podrán acceder oportunamente a los repuestos que estas requieran, evitando con ello la paralización de su actividad comercial y reduciendo el riesgo asociado a su inversión.

23. En ese contexto, el mensaje que Glazer transmite a través de los anuncios es que la disponibilidad de repuestos originales constituye un factor relevante al adquirir una máquina de helados y que, en contraste con la posibilidad de que otros proveedores no cuenten con dichos repuestos, Glazer sí dispone de repuestos originales para atender oportunamente las necesidades de sus clientes, permitiéndoles evitar interrupciones en su producción y en su flujo de ventas.

24. En ninguna parte de los anuncios se hace mención expresa (alusión directa) a Ventus u otra empresa del rubro. No obstante, en un segmento del video se emite un sonido de censura o pitido que es acompañado por subtítulos —presentes durante todo el video— en los que se muestra la siguiente combinación de caracteres: “VS%E/C”.

25. El sonido de censura y la secuencia de caracteres antes mencionada aparecen en los anuncios durante apenas un segundo. Asimismo, la secuencia de caracteres "VS%E/C" —en el contexto de los anuncios bajo análisis— carece de un significado reconocible para el consumidor, más aún cuando los propios anuncios no incorporan elemento contextual alguno que permita atribuirle un contenido determinado o asociarla con un proveedor específico del mercado.

26. Aunado a ello, la sola presencia de la letra “V”, o el hecho de que la secuencia "VS%E/C" tenga el mismo número de caracteres que la palabra "Ventus", no resultan suficientes para que, desde una apreciación superficial e integral del

destinatario de su mensaje, de forma directa o indirecta, la contratación o el consumo de bienes o servicios.
21.2 Dicha evaluación se realiza sobre todo el contenido de un anuncio, incluyendo las palabras y los números, hablados y escritos, las presentaciones visuales, musicales y efectos sonoros, considerando que el destinatario de la publicidad realiza un análisis integral y superficial de cada anuncio publicitario que percibe. En el caso de campañas publicitarias, éstas son analizadas en su conjunto, considerando las particularidades de los anuncios que las conforman.

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

anuncio, el consumidor entienda que se hace referencia a dicha empresa. En ese sentido, no podría entenderse que existe una alusión inequívoca a un competidor cuando esta se sustenta únicamente en coincidencias parciales entre una secuencia de caracteres y el nombre de la empresa supuestamente aludida, cuya identificación exija al destinatario de la publicidad deducciones elaboradas. Antes bien, dicha identificación requiere la existencia de elementos objetivos que permitan al consumidor establecer una asociación de manera inmediata y natural.

27. Ventus también sostuvo que, si bien existen otros agentes en el rubro de equipos de refrigeración[15] cuyas denominaciones comerciales o marcas también comienzan con la letra "V", estos no podrían ser identificados como posibles destinatarios de la referencia cuestionada ("VS%E/C") debido a que sus denominaciones contienen un número distinto de caracteres que dicha expresión. Sin embargo, dicho argumento parte de asumir que el consumidor realizaría un conteo de caracteres —que como se ha indicado aparecen durante apenas un segundo— para determinar a qué competidor se hace referencia. Una conclusión de esa naturaleza presupone un nivel de atención y análisis por parte del destinatario de la publicidad que excede el estándar de apreciación integral y superficial aplicable al análisis de los anuncios publicitarios.

28. Tampoco resulta razonable suponer que el consumidor, durante la visualización del *reel* difundido en redes sociales, realizará una lectura de labios de la persona que aparece en los anuncios o que reconstruirá una palabra censurada a partir del movimiento gestual, del pitido y de una secuencia parcial de caracteres[16].

29. Si bien Ventus alega que el público objetivo de los anuncios —agentes interesados en la adquisición de máquinas de helados— sí lograrían identificar la alusión a su marca, al contar con un mayor conocimiento del mercado y de los principales proveedores que participan en él, tal alegación no ha sido acreditada por la recurrente. Además, tampoco se puede asumir que incluso un agente interesado en la adquisición de máquina de helados haría un examen

---

15 Adicionalmente a las empresas Dakota e Illumi, identificadas por Ventus como sus principales competidores en el mercado de máquinas para helados, dicha empresa ha señalado la existencia de otras marcas bajo las cuales se comercializan equipos de refrigeración cuyas denominaciones también se inician con la letra"V", tales como: Valensa (con certificado 343559), Vensans (con certificado 348216) y Valcosa con certificado 38028).

16 Bernstein, Jordan, Auer y Eberhardt señalan que "*Lipreading words also relies on lexical constraints, not unlike auditory spoken word recognition*" ("la lectura labial de palabras también depende de restricciones léxicas, de manera similar al reconocimiento auditivo del habla"). Ello pone de manifiesto que el reconocimiento visual del habla no descansa únicamente en la información visible proporcionada por los movimientos articulatorios, sino también de factores lingüísticos y contextuales. Bernstein, L. E., Jordan, N., Auer, E. T., & Eberhardt, S. P. (2022). *Lipreading: A Review of Its Continuing Importance for Speech Recognition With an Acquired Hearing Loss and Possibilities for Effective Training*. *American Journal of Audiology, 31*(2S), 453-469. Visto en https://doi.org/10.1044/2021_AJA-21-00112, visitado el 5 de agosto 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

minucioso de los anuncios o se detendría a realizar una lectura de labios para identificar la supuesta alusión a un determinado competidor.

30. En consecuencia, la alusión sostenida por la denunciante exigiría una serie de inferencias que no resulta compatibles con una evaluación superficial e integral del contenido de los anuncios cuestionados. Por ello, corresponde concluir que las publicaciones cuestionadas no contienen una alusión inequívoca a Ventus.

31. Respecto del análisis elaborado mediante la plataforma Semrush, con el cual Ventus pretende acreditar su mejor posicionamiento en el mercado de comercialización de máquinas de helado respecto de Glazer, corresponde señalar que, si bien este Colegiado ha sostenido en anteriores pronunciamientos que la estructura del mercado y el desenvolvimiento de sus principales participantes pueden constituir elementos contextuales relevantes al determinar la alusión a un competidor[17], el reporte presentado contiene únicamente información sobre la visibilidad y el volumen de búsqueda de determinadas denominaciones en entornos digitales[18]. Tales indicadores, por sí solos, no permiten acreditar, de manera concluyente, el posicionamiento o reconocimiento efectivo de dichas empresas en el mercado de comercialización de máquinas de helado, por lo que su valor probatorio resulta limitado.

32. Sin perjuicio de ello, aun cuando Ventus sostenga que goza de un mayor nivel de reconocimiento en el mercado que Glazer, ello no basta, por sí solo, para concluir que los anuncios cuestionados contienen una alusión inequívoca a dicha empresa, pues, conforme se ha desarrollado en los párrafos previos, estos no incorporan elementos objetivos para identificar a Ventus.

33. En consecuencia, para este Colegiado, los anuncios en cuestión no incluyen una referencia concreta que permita identificar, siquiera de manera indirecta, a un competidor del mercado y, en particular, a Ventus. En tal sentido, al no configurarse uno de los presupuestos necesarios para la existencia de un acto de denigración, carece de objeto evaluar si los anuncios cumplen con los requisitos de licitud previstos en el artículo 11.2 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal.

---

17 Ver Resoluciones 2758-2010/SC1-INDECOPI del 12 de octubre de 2010 (correspondiente a la denuncia de Telefónica Móviles S.A. contra América Movil Perú S.A.C.), 0929-2011/SC1-INDECOPI del 26 de abril de 2011 (correspondiente a la denuncia de Corporación Inca Kola Perú S.R.L. contra Embotelladora Don Jorge S.A.C. y Jeyo Producciones S.A.C.), la Resolución 0303-2013/SDC-INDECOPI del 21 de febrero de 2013 (correspondiente a la denuncia de Telefónica Multimedia S.A.C. contra Directv Perú S.R.L.) y la Resolución 106-2024/SDC-INDECOPI del 18 de junio de 2024 (correspondiente a la denuncias de Telefónica del Perú S.A.A. y América Móvil Perú S.A.C. contra Wi-Net Telecom S.A.C.).

18 Semrush mide el volumen de búsqueda, que es el número promedio estimado de veces que los usuarios buscan una palabra clave específica en un motor de búsqueda (principalmente Google) durante un período de un mes, calculado como una media de los últimos 12 meses. Para mayor detalle ver https://es.semrush.com/blog/volumen-de-busqueda-de-palabras-clave/, visitado el 5 de agosto 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

34. Adicionalmente, este Colegiado advierte que la controversia planteada por Ventus se encuentra referida a la presunta comisión de actos de denigración, al sostener que los anuncios cuestionados contenían afirmaciones que afectarían su reputación empresarial, al presentarla como una empresa que no contaría con repuestos para las máquinas de helado que comercializa y al asociar su oferta comercial con el riesgo de que los compradores vean comprometida su inversión. Lo anterior fue expresamente recogido en la imputación de cargos, delimitando así el objeto del presente procedimiento. En consecuencia, el análisis efectuado por este Colegiado se encuentra circunscrito a los presupuestos que configuran dicha modalidad de competencia desleal.

35. Sin perjuicio de lo señalado precedentemente, tanto los actos de denigración como los actos de comparación indebida tienen como presupuesto la existencia de una alusión directa o indirecta a un competidor, requisito que, conforme se ha desarrollado en los párrafos precedentes, no ha quedado acreditado en el presente procedimiento.

36. Por tanto, corresponde confirmar la Resolución 251-2025/CCD-INDECOPI, en el extremo que declaró infundada la denuncia presentada por Ventus contra Glazer por la presunta comisión de actos de competencia desleal en la modalidad de denigración, supuesto tipificado en el artículo 11 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal.

III.2. Sobre la sanción, medida correctiva y pago de costas y costos.

37. Teniendo en cuenta que se ha declarado infundada la denuncia interpuesta contra Glazer, corresponde también desestimar los pedidos efectuados por Ventus referidos a la aplicación de una medida correctiva, la imposición de una sanción, así como el pago de costas y costos.

IV. RESOLUCIÓN DE LA SALA

PRIMERO: confirmar la Resolución 251-2025/CCD-INDECOPI del 10 de diciembre de 2025, en el extremo que declaró infundada la denuncia presentada por Ventus Corp Perú S.A.C. contra Glazer Corp Perú S.A.C. por la presunta comisión de actos de competencia desleal en la modalidad de actos de denigración, supuesto previsto en el artículo 11 del Decreto Legislativo 1044, Ley de Represión de la Competencia Desleal.

SEGUNDO: confirmar la Resolución 251-2025/CCD-INDECOPI del 10 de diciembre de 2025, que denegó los pedidos accesorios formulados por Ventus Corp Perú

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

S.A.C., consistentes en la aplicación de una medida correctiva, la imposición de una sanción, así como el pago de costas y costos.

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

Firma Digital
Indecopi
Firmado digitalmente por CALDERON LOPEZ Andres Francisco FAU 20133840533 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 20.08.2026 16:10:57 -05:00

ANDRÉS FRANCISCO CALDERÓN LOPEZ
Presidente

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