

CONTENIDO:

1. INTRODUCCIÓN	1
2. LOS ACTOS DE COMPETENCIA DESLEAL EN LA MODALIDAD DE VIOLACIÓN DE SECRETOS EMPRESARIALES	2
3. OLO DEL PERÚ S.A.C. FUE SANCIONADA POR DIFUNDIR PUBLICIDAD ENGAÑOSA, EN LA CUAL CONSIGNABA QUE SUS SERVICIOS DE INTERNET MÓVIL E INTERNET FIJO INALÁMBRICO CONTABAN CON TECNOLOGÍA “4G” SIN CONTAR CON LOS MEDIOS PROBATORIOS QUE ACREDITEN, DE MANERA IDÓNEA, DICHA INFORMACIÓN (EXPEDIENTE N° 262-2012/CCD).	3
4. LA SALA ESPECIALIZADA EN DEFENSA DE LA COMPETENCIA CONFIRMÓ LA RESOLUCIÓN 065-2013/CCD-INDECOPI, EN EL EXTREMO QUE DECLARÓ FUNDADA LA IMPUTACIÓN DE OFICIO EFECTUADA POR LA SECRETARÍA TÉCNICA DE LA COMISIÓN CONTRA SUPERMERCADOS PERUANOS S.A. POR INFRACCIÓN DEL PRINCIPIO DE LEGALIDAD, DEBIDO A QUE DIFUNDIÓ UN ANUNCIO PROMOCIONANDO UNA BEBIDA ALCOHÓLICA (VINO), SIN CONSIGNAR EN EL REFERIDO SOPORTE LA FRASE DE ADVERTENCIA “TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN EXCESO ES DAÑINO”.	4
5. LA SALA ESPECIALIZADA EN DEFENSA DE LA COMPETENCIA CONFIRMÓ LA RESOLUCIÓN 066-2013/CCD-INDECOPI EN EL EXTREMO QUE SANCIONÓ A BAYER S.A. AL HABER INFRINGIDO EL PRINCIPIO DE LEGALIDAD, DEBIDO A QUE LA EMPRESA IMPUTADA DIFUNDIÓ UN ANUNCIO EN EL CUAL NO CONSIGNÓ DE MANERA CLARA Y PERCEPTIBLE PARA LOS CONSUMIDORES LAS PRINCIPALES ADVERTENCIAS DERIVADAS DE LA INGESTA DE SU PRODUCTO “ALKA SELTZER TABLETAS EFERVESCENTES” (EXPEDIENTE N° 153-2012/CCD).	5
6. SUPERVISIÓN SOBRE LA PUBLICIDAD DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS.	6
7. ESTADÍSTICAS RELEVANTES DEL CUARTO TRIMESTRE DE 2013.	7

INTRODUCCIÓN

El presente boletín tiene la finalidad de informar sobre la labor que realiza la comisión en temas de represión de la competencia desleal y la publicidad comercial.

Acceda a información sobre las principales resoluciones que emiten, tanto la Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal, como la Sala Especializada en Defensa de la Competencia del Tribunal del INDECOPI, sobre diversos temas de su competencia.

Le recordamos que si desea realizar alguna sugerencia, consulta o solicitud de suscripción a este boletín informativo, puede ingresar a nuestro portal web: www.indecopi.gob.pe.

LOS ACTOS DE COMPETENCIA DESLEAL EN LA MODALIDAD DE VIOLACIÓN DE SECRETOS EMPRESARIALES

Por: Michelle Fujii Yori.

Miembro de la Secretaría Técnica de la Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal

El Decreto Legislativo N° 1044 - Ley de Represión de la Competencia Desleal, define en su artículo 13 los actos de violación de secretos empresariales, como aquellos actos de competencia desleal que alteran indebidamente la posición competitiva, propia o ajena, de un agente económico, generando una distorsión en el mercado al desviar la demanda de determinados bienes y/o servicios a favor de quienes recurren a este tipo de actos.

Como requisito inicial para la configuración de un acto de violación de secretos empresariales, resulta necesaria la existencia inicial de un **secreto empresarial**, el cual consiste en un conocimiento específico, no divulgado abiertamente, que otorga una ventaja competitiva a quien lo posee, en tanto es susceptible de tener un valor comercial, efectivo o potencial.

Adicionalmente a ello, el artículo 40 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal también dispone que la información analizada debe ser secreta, en



sentido de que quienes tengan acceso a esta posean voluntad e interés consciente de mantenerla reservada, adoptando las medidas necesarias.

Considerando lo anterior, los actos de violación de secretos empresariales se configurarán: (i) cuando se realice una **divulgación o explotación**, sin autorización de su titular, de secretos empresariales ajenos a los que se haya tenido acceso legítimamente, con deber de reserva, o ilegítimamente; y, (ii) cuando un tercero **adquiera** secretos empresariales ajenos por medio de espionaje, inducción

al incumplimiento de deber de reserva o procedimiento análogo.

Es importante precisar que, para demostrar los actos de violación de secretos empresariales, el denunciante tendrá que identificar aquella información susceptible de ser considerada como secreto empresarial, la cual será analizada a fin de verificar si cumple con los requisitos necesarios para ser considerada como tal. Una vez verificada la existencia de un secreto empresarial, se analizará si hubo una divulgación o explotación del referido secreto sin autorización de su titular o si éste fue adquirido por un tercero por medio de espionaje, inducción al incumplimiento de deber de reserva o procedimiento análogo.

OLO DEL PERÚ S.A.C. FUE SANCIONADA POR DIFUNDIR PUBLICIDAD ENGAÑOSA, EN LA CUAL CONSIGNABA QUE SUS SERVICIOS DE INTERNET MÓVIL E INTERNET FIJO INALÁMBRICO CONTABAN CON TECNOLOGÍA “4G” SIN CONTAR CON LOS MEDIOS PROBATORIOS QUE ACREDITEN, DE MANERA IDÓNEA, DICHA INFORMACIÓN (EXPEDIENTE N° 262-2012/CCD)

Mediante Informe N° 552-GPRC/2012, el Osiptel informó a la Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal (Comisión) que los operadores de internet móvil e internet fijo inalámbrico en el mercado peruano vendrían publicitando sus servicios indicando que contarían con “tecnología 4G”, al utilizar las tecnologías denominadas como “HSPA+” y “WiMAX 802. 16e”, aun cuando su uso no cumpliría con los estándares mínimos esperados para ser considerados como tecnologías de transmisión de datos de cuarta generación.

En diciembre de 2012, la Secretaría Técnica de la Comisión imputó a Olo del Perú S.A.C. (Olo) la presunta comisión de actos de engaño, por difundir anuncios que consignarían la indicación “OLO Internet 4G” para promocionar sus servicios de internet móvil e internet fijo inalámbrico, lo cual induciría a los consumidores a error.



Entre otros argumentos, Olo indicó que su servicio de “4G” lo brindaría mediante tecnología WiMax Móvil, cumpliendo el estándar IEEE 802.16e (IEEE 802.16-2005), el cual conforme a las recomendaciones de la Unión Internacional de las Telecomunicaciones (UIT) podría ser anunciada como tecnología “4G”.

La Comisión, mediante Resolución N° 227-2012/CCD-INDECOPI de fecha 30 de septiembre de 2013, declaró fundada la imputación formulada contra Olo.

Para la Comisión, conforme a lo señalado tanto por el Osiptel como por la UIT, si bien no existiría una definición exacta respecto de qué parámetros debe poseer una determinada tecnología para ser considerada como una de cuarta generación, ésta debe representar una mejora sustancial respecto de la tecnología previamente implementada en el mercado. Sin embargo, durante el procedimiento Olo no pudo acreditar que sus servicios de internet móvil e internet fijo inalámbrico significaban una mejora sustancial respecto de los servicios de transmisión de datos que los otros operadores del mercado habían comercializado como tecnología de tercera generación.

Por ello, la Comisión sancionó a Olo con una multa de cincuenta (50) Unidades Impositivas Tributarias, la cual, a la fecha, ha sido cancelada por dicha persona jurídica.

Resolución N° 227-2013/CCD-INDECOPI

LA SALA ESPECIALIZADA EN DEFENSA DE LA COMPETENCIA CONFIRMÓ LA RESOLUCIÓN 065-2013/CCD-INDECOPI, EN EL EXTREMO QUE DECLARÓ FUNDADA LA IMPUTACIÓN DE OFICIO EFECTUADA POR LA SECRETARÍA TÉCNICA DE LA COMISIÓN CONTRA SUPERMERCADOS PERUANOS S.A. POR INFRACCIÓN DEL PRINCIPIO DE LEGALIDAD, DEBIDO A QUE DIFUNDIÓ UN ANUNCIO PROMOCIONANDO UNA BEBIDA ALCOHÓLICA (VINO), SIN CONSIGNAR EN EL REFERIDO SOPORTE LA FRASE DE ADVERTENCIA “TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN EXCESO ES DAÑINO”.

Mediante Resolución del 28 de junio de 2012, la Secretaría Técnica de la Comisión imputó a Supermercados Peruanos S.A. la presunta comisión de actos de competencia desleal por infracción del principio de legalidad, supuesto previsto en el artículo 17 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal, debido a un posible incumplimiento del artículo 8.1 de la Ley 28681 – Ley que regula la Comercialización, Consumo y Publicidad de Bebidas Alcohólicas.

Mediante Resolución 065-2013/CCD-INDECOPI la Comisión declaró fundada la imputación efectuada de oficio contra Supermercados Peruanos S.A., debido a que de un análisis superficial e integral de la publicidad cuestionada, se observaba que ésta estaba destinada a incentivar la venta de bebidas alcohólicas. Sin embargo, la imputada no cumplió con consignar la frase “*TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN EXCESO ES DAÑINO*”.



En tal sentido, la Comisión impuso una multa ascendente a cinco (5) Unidades Impositivas Tributarias.

Finalmente, mediante Resolución N° 1739-2013/SDC-INDECOPI la Sala confirmó la Resolución 065-2013/CCD-INDECOPI.

Sobre el particular, es importante destacar que la Sala consideró que la publicidad controvertida no sólo promocionó la venta de bebidas alcohólicas (vino), sino también la de quesos y carnes.

Sin embargo, el hecho que esta haya publicitado también otros productos, no la desvincula de la obligación establecida en la Ley.

De igual modo, la Sala señaló que la publicidad del uso de la tarjeta “Vea Visa” difundida en el anuncio controvertido no la exime de su obligación de consignar en el referido soporte la frase de advertencia omitida, debido a que también está publicitando la venta de bebidas alcohólicas (vino).

Finalmente, la Sala reiteró que cuando un agente económico publicita la venta de cualquier bebida alcohólica, debe consignar en caracteres legibles y en un espacio no menor del 10% del área total del anuncio la frase “*TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN EXCESO ES DAÑINO*”, no haciendo alguna salvedad para el caso de anuncios que publicitan además de bebidas alcohólicas, otros productos.

LA SALA ESPECIALIZADA EN DEFENSA DE LA COMPETENCIA CONFIRMÓ LA RESOLUCIÓN 066-2013/CCD-INDECOPI EN EL EXTREMO QUE SANCIONÓ A BAYER S.A. AL HABER INFRINGIDO EL PRINCIPIO DE LEGALIDAD, DEBIDO A QUE DIFUNDIÓ UN ANUNCIO EN EL CUAL NO CONSIGNÓ DE MANERA CLARA Y PERCEPTIBLE PARA LOS CONSUMIDORES LAS PRINCIPALES ADVERTENCIAS DERIVADAS DE LA INGESTA DE SU PRODUCTO “ALKA SELTZER TABLETAS EFERVESCENTES” (EXPEDIENTE N° 153-2012/CCD).

El 15 de mayo de 2012, la Dirección General de Medicamentos, Insumos y Drogas del Ministerio de Salud - Digemid informó a la Secretaría Técnica de la Comisión que el 7 de marzo de 2012 y el 19 de marzo del mismo año, se efectuó una diligencia de inspección en el establecimiento denominado “Botica BKL” y otra en la “Botica El Pueblo”, respectivamente, en donde se constató la difusión de un anuncio colgante publicitario del producto “ALKA SELTZER Tabletás Efervescentes”, el mismo que consignaba las principales advertencias del producto anunciado con una letra tan pequeña que solo se apreciaba como una mancha blanca.

Mediante Resolución 066-2013/CCD-INDECOPI la Comisión declaró fundada la imputación de oficio contra Bayer S.A. por infracción al principio de legalidad regulado en el artículo 17 de la Ley de Represión de la Competencia Desleal.



La Comisión verificó la difusión de un anuncio publicitario del producto de venta sin receta médica “ALKA SELTZER Tabletás Efervescentes” omitiendo consignar debidamente las principales advertencias del referido producto, en contravención de lo dispuesto en los artículos 41 de la Ley 29459 – Ley de Productos Farmacéuticos y 194 del Decreto Supremo 016-2011-SA – Reglamento para el Registro, Control y Vigilancia Sanitaria de Productos Farmacéuticos, Dispositivos Productos Sanitarios.

En tal sentido, la Comisión impuso una multa ascendente a diez (10) UIT.

Finalmente, mediante Resolución N° 1812-2013/SDC-INDECOPI la Sala Especializada en Defensa de la

Competencia (en adelante, la Sala) confirmó la Resolución 066-2013/CCD-INDECOPI.

Las advertencias consignadas indebidamente, al no ser perceptibles por los consumidores, son las siguientes: “Insuficiencia renal grave. Se recomienda que se debe iniciar el tratamiento con las dosis más bajas. Evítese tomar este producto simultáneamente con el consumo excesivo de alcohol”.

En este punto, cabe destacar que la Sala consideró “(...) que la información omitida en la publicidad cuestionada es sustancial no solo para las personas que padecen de insuficiencia renal grave, sino para el público en general que quiere solucionar los malestares, como el dolor de cabeza y de estómago ocasionados por el consumo de alcohol”.

Resolución N° 1812-2013/SDC-INDECOPI

SUPERVISIÓN SOBRE LA PUBLICIDAD DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS.

Al 29 de noviembre del presente año, la Comisión resolvió, sólo en el 2013, 30 casos contra empresas que transgredieron la Ley 28681 – Ley que regula la Comercialización, Consumo y Publicidad de Bebidas Alcohólicas.

Al respecto, cabe precisar que las multas impuestas por la Comisión a la fecha ascienden a más de S/. 300 mil.

Adicionalmente, en lo que va del presente año (30 de noviembre de 2013), la Secretaría Técnica de la Comisión ha iniciado 84 procedimientos de oficio en contra de empresas que difunden publicidad de bebidas alcohólicas sin considerar la advertencia estipulada por Ley, ya que su cumplimiento resulta de vital importancia para la salud integral de los consumidores.

En este punto, resulta pertinente recordar que el artículo 7 de la Ley 28681 – Ley que regula la Comercialización, Consumo y Publicidad de Bebidas Alcohólicas prescribe que “en un espacio no menor del 10% del área total del empaque, envolturas o afines, así como en las etiquetas de los envases que se utilicen para la comercialización de cualquier bebida alcohólica, se consignará en caracteres legibles, la siguiente frase:



“TOMAR BEBIDAS
ÁLCOHÓLICAS EN EXCESO ES
DAÑINO”.

Por su parte el artículo 8 del citado cuerpo legal establece que sin perjuicio de lo dispuesto en la normativa general sobre publicidad, la publicidad de toda bebida alcohólica deberá sujetarse a las siguientes restricciones:

1. Los anuncios escritos deberán consignar, en caracteres legibles y en un espacio no menor del 10% del área total del anuncio, la frase a que se hace referencia en el artículo 7 de la Ley.
2. La publicidad audiovisual transmitirá en forma visual la frase a que se hace referencia en el artículo 7 de la Ley, por un espacio no menor a tres (3) segundos.

3. Cuando se trate de publicidad radial, al final del anuncio se deberá expresar en forma clara pausada la frase: “TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN EXCESO ES DAÑINO”.

4. No se podrá utilizar argumentos que induzcan el consumo por parte de menores de edad.



Calle de la Prosa 104
San Borja

Teléfono: (511) 224-7800 /
(511) 224-7777

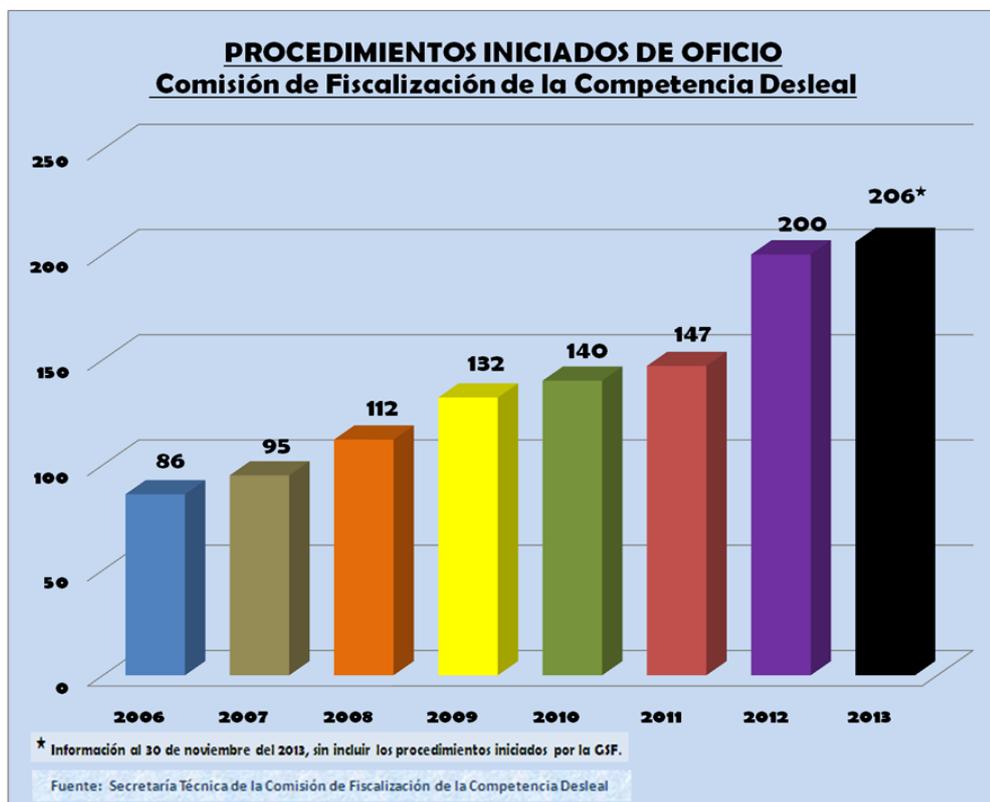
Fax: (511) - 224-0348

<http://www.indecopi.gob.pe>

ESTADÍSTICAS RELEVANTES DEL CUARTO TRIMESTRE DE 2013.

Al 30 de noviembre de 2013 la Secretaría Técnica de la Comisión ha iniciado 227 procedimientos sancionadores de Oficio, siendo que, de dichos procedimientos, 206 han sido iniciados por investigaciones de la propia Secretaría Técnica y el resto gracias a la labor de la Gerencia de Supervisión y Fiscalización.

La evolución de la cantidad de procedimientos de Oficio iniciados por investigaciones de la Secretaría Técnica a través de los últimos 8 años se puede apreciar en el siguiente cuadro:



Asimismo, los procedimientos iniciados a instancia de parte ascienden a 81, pudiéndose apreciar que los casos iniciados de Oficio ascienden a poco más del 73% de los casos tramitados por la Comisión.

Dichas cifras demuestran el esfuerzo realizado y el estímulo que nos impulsa a trabajar cada día, con el objetivo de lograr un mercado más transparente y una mejor atención a nuestros usuarios.