

Ley N°7472 y su reglamento el Decreto Ejecutivo N°37899-MEIC

Ofertas, promociones & publicidad



Dpto. Educación al Consumidor y Ventas a Plazo
Dirección de Apoyo al Consumidor



Marco legal

Protección de las personas consumidoras en Costa Rica

Constitución Política

Artículo 46

Los **consumidores y usuarios tienen derecho** a la protección de su salud, ambiente, seguridad e intereses económicos; **a recibir información adecuada y veraz**; a la libertad de elección, y a un trato equitativo.

Busca proteger, efectivamente, los **derechos y los intereses legítimos de las personas consumidoras**.

Ley N°7472

Ley de Promoción de la Competencia y
Defensa Efectiva del Consumidor

D.E. N°37899-MEIC

Reglamento a la Ley N°7472

¿Objetivo del ciclo de charlas?

- **Informar** sobre los derechos que la Ley N°7472 le otorga a las personas consumidoras.
- **Dar a conocer** a las personas comerciantes sobre sus obligaciones, como una medida preventiva para evitar un proceso de denuncia ante la Comisión Nacional del Consumidor.

Tribunal Administrativo

**Comisión Nacional
del Consumidor**

-CNC-

Órgano
Desconcentrado
Máximo

**Ministro de Economía,
Industria y Comercio**

Viceministerio

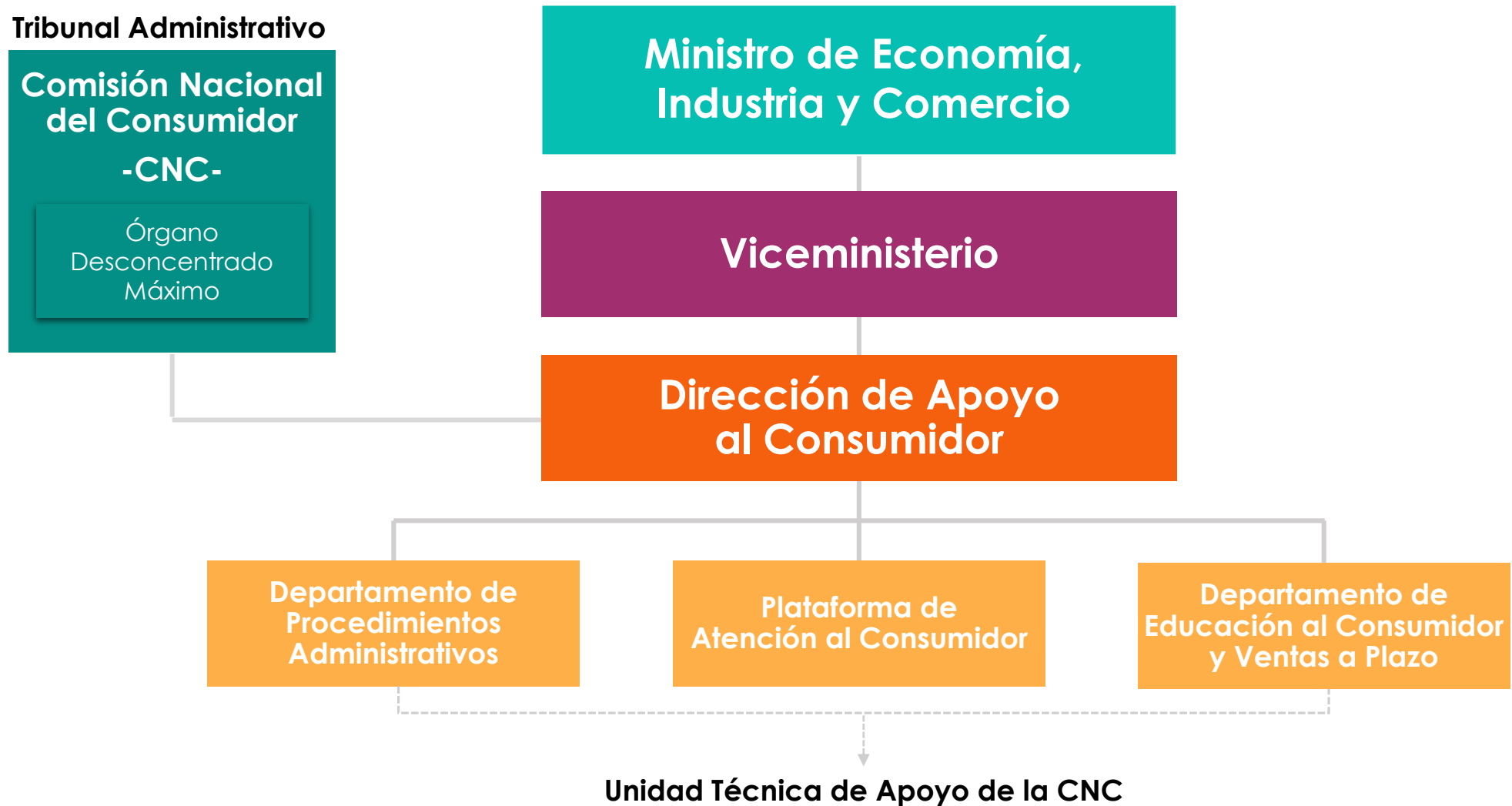
**Dirección de Apoyo
al Consumidor**

**Departamento de
Procedimientos
Administrativos**

**Plataforma de
Atención al Consumidor**

**Departamento de
Educación al Consumidor
y Ventas a Plazo**

Unidad Técnica de Apoyo de la CNC



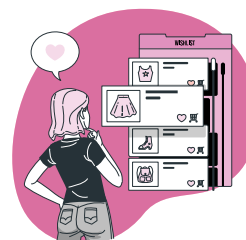
¿Quién es consumidor final?

► Toda persona física o entidad de hecho o de derecho, que, como **destinatario final**, adquiere, disfruta o utiliza los bienes y servicios, o bien, recibe información o propuestas para ello.

► El pequeño industrial o artesano que adquiere productos terminados o insumos para integrarlos en los procesos para producir, transformar, comercializar o prestar servicios a terceros.



Quienes compran el regalo & quienes le reciben.



Quienes compran por plataformas digitales.



Quienes compran en tiendas físicas.

¿Quién es comerciante?

► Toda persona física, entidad de hecho o de derecho, privada o pública que, en nombre propio o por cuenta ajena, **se dedica en forma habitual** a ofrecer, distribuir, vender, arrendar, conceder el uso o el disfrute de bienes, o a prestar servicios, sin que necesariamente ésta sea su actividad principal.

► El productor, como proveedor de bienes, también está obligado con el consumidor, a respetarle sus derechos e intereses legítimos.



Quienes se dedican a la venta de vehículos de manera habitual.



Quienes venden árboles de navidad en diciembre.



NO son comerciantes los consumidores que se venden artículos entre sí.

Algunas obligaciones de comerciantes

- Informar en español y de manera clara, completa y veraz sobre los bienes y servicios que ofrece.
- Extender la factura o el comprobante de compra.
- Ofrecer, promocionar o publicitar los bienes y servicios de conformidad con la Ley.
- Respetar las condiciones de la contratación.
- Garantizar todo bien o servicio que se ofrezca al consumidor.

Toda información, **publicidad** u **oferta al público** de bienes ofrecidos o servicios por prestar, transmitida por cualquier medio o forma de comunicación, **vincula al productor que la transmite, la utiliza o la ordena y forma parte del contrato.**

¿Cómo se define publicidad en la Ley N°7472?

Cualquier forma de mensaje que sea difundido, de cualquier modo en el ejercicio de una actividad comercial, industrial, artesanal o profesional, que **busque promover** la venta de productos, bienes muebles, inmuebles, la constitución o la transferencia de derechos y obligaciones, o bien la prestación de servicios.

Aplica en la publicidad realizada por medios impresos y por medios digitales.

Artículo 2, Reglamento D.E. N°37899-MEIC.



Algunos tipos de publicidad

Engañosa

Todo tipo de información o comunicación comercial en que se utilicen textos, diálogos, sonidos, imágenes o descripciones que directa o indirectamente, e incluso por omisión; **puedan inducir a engaño, error o confusión al consumidor**, especialmente sobre:

- Características básicas del producto o servicio, como calidad, cantidad, utilidad, componentes o ingredientes y otros.
- Los beneficios o implicaciones del uso del bien o contratación del servicio.
- Origen geográfico.



LO PUBLICITADO

LO RECIBIDO



Algunos tipos de publicidad

Comparativa

Se utilizan mensajes que **realizan una comparación del producto o servicio** de forma expresa o implícita, con otros similares de su competencia.

La comparación debe basarse en **datos relevantes, objetivos y verídicos**, sobre los cuales exista una base razonable.

La comparación debe hacerse entre productos o servicios, similares en tipo, usos, categoría y modelo.

¿Son las mejores ofertas? | ¿Ofrecen el mejor precio?



Principios aplicables a la publicidad

01. VERACIDAD

La información debe corresponder a los términos o características reales del bien o servicio ofertado.

02. CLARIDAD

El contenido debe ser expuesto sin omitir información relevante para entender la naturaleza del bien o servicio, y no deben utilizar expresiones ambiguas.

03. LEGIBILIDAD

Debe permitir la fácil y adecuada lectura de su contenido.

Buscan **garantizar que el contenido de la publicidad se ajuste a la verdad** evitando que se distorsionen los hechos o se induzca a error a los consumidores. 

¿Cumple con los principios de la publicidad?

Oferta válida en productos seleccionados del 01/08 al 31/08 del 2021 o hasta agotar existencias. Consultar reglamento en nuestra página web.



Para ti
mamá
que me diste
todo

CAMARA
11 SKY BLUE
₡ 69.995
COD: MINIMI-BLUE

www. [illegible] .com

Oferta válida en productos seleccionados del 01/08 al 31/08 de 2021 o hasta agotar existencias. Consultar reglamento en nuestra web.

Principio de legibilidad



Colocar información en un tamaño de fuente más pequeño que el resto de la información, lo que **dificulta su lectura**.

¿Cumple con los principios de la publicidad?



Publicidad en punto de venta, redes sociales, sitios web y catálogos.



Falta de claridad y veracidad al indicar que toda la decoración tiene un descuento pero hay excepciones.

No aplica en árboles ni luces.

Falta de legibilidad al indicar las excepciones en un tamaño mucho menor si se compara con el resto de la información.



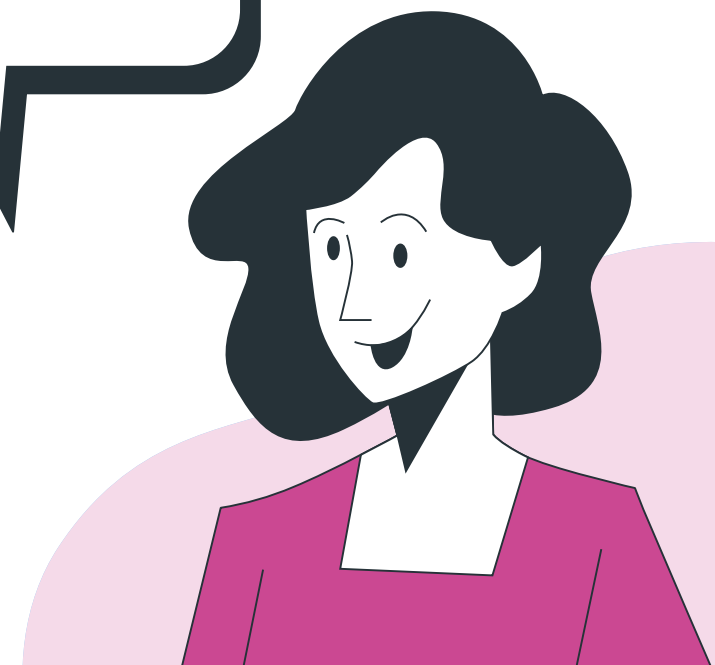
Corrección del comercio: sustituir la palabra toda por **gran variedad**.

¿Qué debe cumplir la publicidad?

Para no inducir a error o engaño a las personas consumidoras:

- 1 Se debe **realizar de acuerdo con la naturaleza, características**, condiciones, contenido, peso, y utilidad o finalidad de los bienes y servicios.
- 2 **No puede omitirse información**, si de ello puede derivarse daño o peligro para la salud o la seguridad del consumidor.
- 3 No **puede contener manifestaciones o presentaciones visuales** que directa o indirectamente, por afirmación, omisión, ambigüedad o exageración, pueda llevar a confusión al consumidor.

Si se incumple la normativa, **el comerciante tiene la obligación de rectificar la publicidad**, costearla y divulgar la información veraz u omitida, por el mismo medio y forma antes empleados.



Ejemplo de denuncia

Una oferta publicitada como **“Precios black friday garantizados”** & **“Te mejoramos cualquier precio o te regalamos 1 millón”**

Mecánica:

- Vigencia: del 22 de octubre al 29 de noviembre de 2020.
- Si el cliente encuentra el artículo adquirido más barato en otro local comercial de su competencia, le devolverá la diferencia entre ambos.
- La oferta establece una serie de restricciones incluidas en un reglamento, entre ellas la de aplicar solo a una serie de competidores.



Fotografía corresponde a publicidad encontrada producto de la fiscalización de mercado realizada por el DECVP, MEIC.

Crterios de la CNC

- ▶ La norma establece que el **uso de publicidad comparativa opera únicamente para los datos o características** que sean de verdadera relevancia para el consumidor y que cuenten con **prueba** que permitan constatar su realidad.
- ▶ La finalidad de conceptos como **“garantizado”** es **respaldar la calidad y el apropiado funcionamiento** de un bien o la prestación de un servicio y no para que sea utilizado para asegurar la veracidad del precio de un producto.
- ▶ El comercio lo que procura es **endosar al cliente la tarea de buscar los precios**, cuando quien debió realizarla de previo a establecer el precio es el propio oferente.

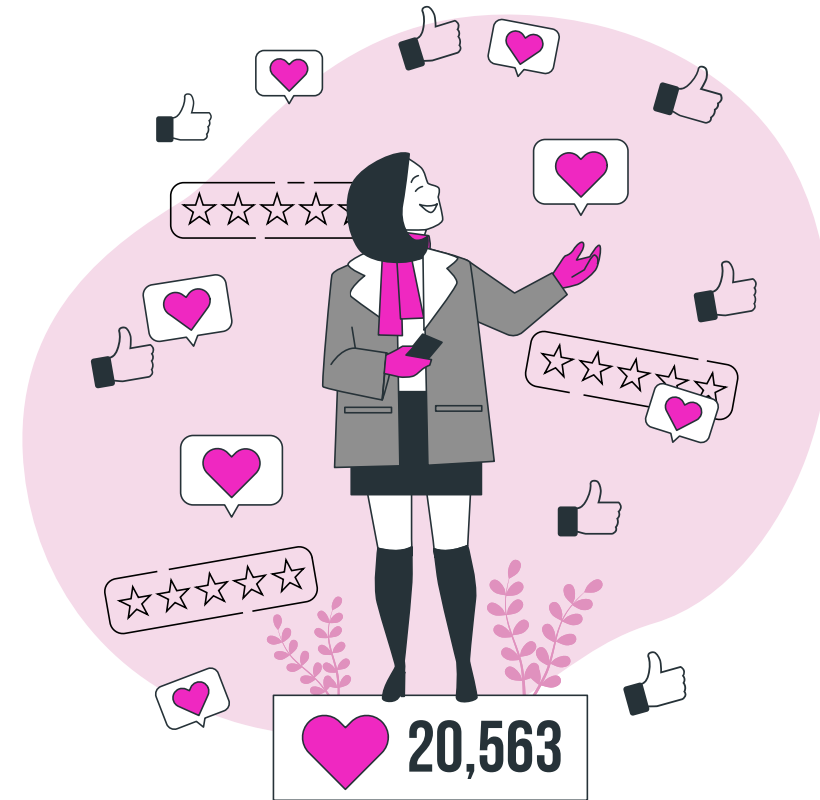
La publicidad es comparativa (con un reglamento accesorio), en la que, **el comerciante quiere hacer creer al cliente que los precios de sus artículos son más baratos que los de su competencia**, sin demostrarlo con prueba idónea e inobjetable.

- **Declara con lugar por falta de información y publicidad engañosa.**
- **Impone una sanción de ₡2 870 000 y ordena corregir la publicidad.**

¿Aplica para publicidad realizada por influencers en redes sociales?

La publicidad realizada por influencers son prácticas destinadas a **promover, directa o indirectamente** las marcas, productos o servicios del anunciante, **siempre y cuando se hayan originado como consecuencia de un pago o contraprestación** de cualquier tipo.

Definición de la Guía de Publicidad para Influencers Indecopi.



Por influencer se entiende a todas aquellas personas contratadas como canales de comunicación para generar contenido publicitario de productos y servicios en sus redes sociales.



¿Es publicidad?

- ✓ Es un **mensaje** que se difunde en un **medio de comunicación**.
- ✓ Brinda características del producto para **promover su consumo**.
- ✓ **Informa** donde puede adquirirse.

Sí le aplica la normativa porque

**¡Sí es
Publicidad!**

Producto nuevo @tableta ¿ya probaron este chocolate 100% puro? ¡Su sabor es buenísimo! Pueden comprarlo en Super C.

Análisis de publicaciones en redes sociales

20 de abril · 🌐

El momento de enseñarles mi tratamiento profesional favorito Pro de [Hair](#)

- * Restaura el aspecto y textura
- * Reconstruye la fibra capilar
- * Fortalece y Protege el cabello

Los resultados se ven desde la primera aplicación, pueden conseguir el tratamiento en cualquier supermercado del país 💙



2,9 mil · 160 comentarios · 13 veces compartido

Me gusta · Comentar · Compartir

Más relevantes ▼

· [Seguir](#) · · · · ·

Les presento mis infaltables para mi cabello 🥰🥰
Obvio mi línea Silver de @ [hair](#) libre de sal, sulfatos y parabenos, viene listo para dejarnos impecable nuestro cabello 💕❤

Lo pueden conseguir en cualquier supermercado de nuestro país

🥰🥰🥰
29 sem · Ver traducción

2 de enero · 🌐

Sol? Playa? Montaña? Ciudad? Frío? Calor?

No importa donde sea, cuando sea y cómo sea, SIEMPRE SIEMPRE SIEMPRE mi Shampoo Silver de [Hair](#) va conmigo, para las que tenemos decoloraciones nos ayuda para mantener ese color impecable, además es libre de Sal, Sulfatos y Parabenos ❤

Consigan toda la línea Silver y luego me cuentan 😊😊👉

¿Es publicidad?

Son mensajes **ofreciendo en varias publicaciones productos de una misma marca** y publicados desde un mismo perfil en diferentes redes sociales.

Recuerden la Guía de buenas prácticas

- ▶ Busca promover la veracidad de la publicidad realizada por influencers en redes sociales.
- ▶ Propuesta en el Foro Iberoamericano de Agencias Gubernamentales de Protección al Consumidor (FIAGC).
- ▶ Elaborado por el Ministerio de Economía, Industria y Comercio de Costa Rica y la Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia de Panamá.
- ▶ Puede consultarse en www.consumo.go.cr



¿Cuándo indicar qué se trata de una publicidad pagada o patrocinada?

Las relaciones financieras no se limitan solamente a la recepción de dinero.



Cuando se mantiene algún tipo de relación financiera, laboral o personal para publicitar una marca, producto, servicio o empresa.



Al recibir algún beneficio o pago por la publicidad realizada de una marca, producto, servicio o empresa.



Al recibir un patrocinio, productos o servicios gratuitos o con descuentos, incluso si son distintos al producto o servicio que se representa o promociona.

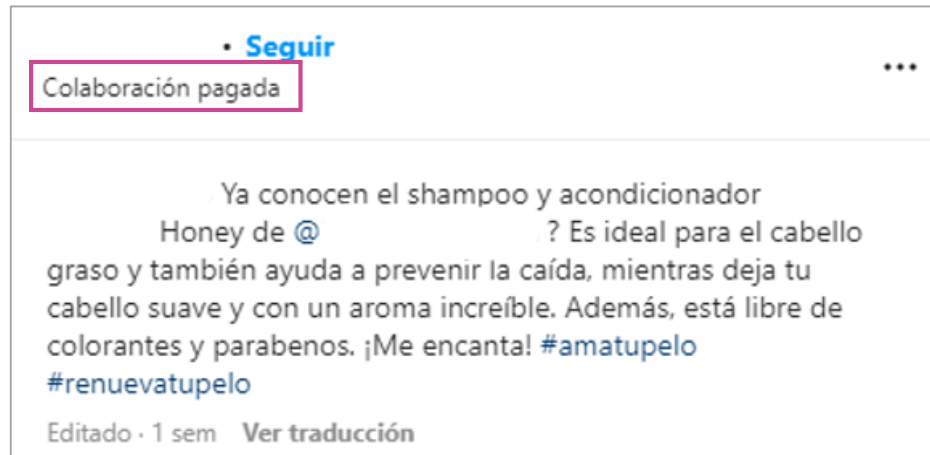
Consejos para informar sobre la relación entre la figura pública y la marca

- ▶ **Indicarla en un sitio visible:** el sitio de inicio o perfil de la cuenta o al final de cada publicación.
- ▶ **No mezclarla entre un grupo de etiquetas** (hashtags) ni utilizando letras pequeñas, borrosas o excesos de emoticones.
- ▶ **Indicarse en el mismo idioma que la publicación.** En Costa Rica debe ser en español.
- ▶ Pueden utilizarse términos como: Embajador **de**, Anuncio pagado **por** o Patrocinado **por**.
- ▶ En videos, se debe indicar durante el video y en la descripción de este para que se pueda escuchar y leer.
- ▶ En una transmisión en vivo, repetirla periódicamente para que las personas espectadora que ven solo una parte de la transmisión tengan acceso a la declaración.

Buenas prácticas



Señalan que se trata de un anuncio pagado.



Prácticas que incumplen



Incluyen información entre hashtags y en inglés.



#raícesfuerte#favorito
#crecimiento#cabello#Ad
#viaje#Ambassador

Veamos un ejemplo de denuncia

Voto CNC 1053-20

La persona vio el anuncio publicitario y considera que puede inducir a engaño, error o confusión como consumidora como le sucedió en su caso.



¿Cómo demuestra el comercio la veracidad de lo publicitado?

Normativa

Justificación de aseveraciones sobre los productos.

*El comerciante o proveedor que en la publicidad **utilice descripciones, aseveraciones, afirmaciones o ilustraciones, que se refieran a hechos verificables, deberá estar en posibilidad de justificarlas.** La veracidad de la evidencia se valorará en el tanto **demuestre no sólo las aseveraciones expresas, sino también, la impresión global que cause o pueda causar el material divulgado.***

Artículo 120, Reglamento D.E. N°37899-MEIC.

¿Qué consideró la CNC?

- La **publicidad engañosa** consiste en dar información falaz, confusa, irrelevante, exagerada, pomposa o falsa, o, por el contrario, en silenciar datos fundamentales de los bienes y servicios cuando tal omisión induzca a error a los destinatarios.
- No es exigible la producción de un daño o un error o engaño efectivo, sino que **basta con que la publicidad sea susceptible de engañar.**
- La **publicidad engañosa se conforma por tres elementos primordiales:**
 1. El contenido del mensaje publicitario; con información falaz o insuficiente o la omisión de información determinante.
 2. La inducción a error: sea que se dé o que exista su posibilidad efectiva.
 3. La posibilidad de perjuicio económico: el engaño debe ser capaz de influir en el ámbito patrimonial, sin perjuicio de daños conexos en la salud, física y emocional y su entorno social.



Se declara con lugar la denuncia por incumplimiento del artículo 37 de la Ley N°7472.

Se le impone una sanción de ₡2.707.500.000.

¿Qué se debe informar y garantizar en toda información, publicidad u oferta al público?

¡Para **no inducir a error o engaño** a las personas consumidoras!



01.Vigencia

El rango de fechas en el que estará disponible la oferta o promoción.

¡Si una oferta está disponible durante todo el año ya no es una oferta!



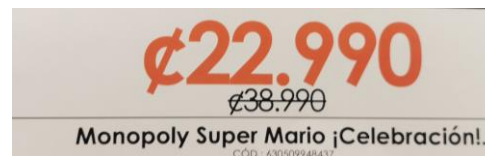
Cumplen al informar la vigencia.

02.Precio

- Precio anterior del bien o el servicio.
- El nuevo precio o el beneficio que de aprovecharlas se obtendría.



Cumplen

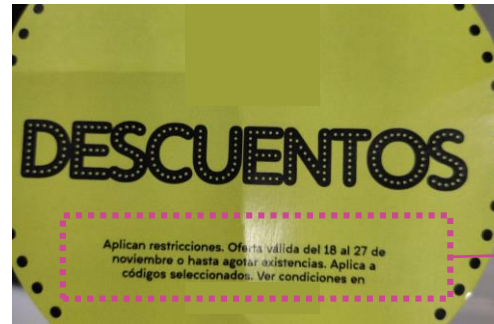


Incumple: ¿Cuál era el precio anterior?



03.Cantidades disponibles

- Se debe garantizar la existencia de lo promocionado u ofertado durante la vigencia de la promoción u oferta.
- Cuando se trate de **cantidades limitadas**, se debe informar la cantidad disponible durante la vigencia de la oferta o promoción.



Oferta válida del 18 al 27 de noviembre o **hasta agotar existencias**.



Se entiende que las cantidades son limitadas pero **no informan** las cantidades disponibles.



Existencias pueden variar de una tienda a otra

04. Restricciones

Cualquier limitación o restricción que implique la oferta, siempre y cuando no vaya en perjuicio de los derechos de las personas consumidoras.

- En los puntos de venta físicos, se deben tener disponibles en un lugar visible y tiene que ser legibles.
- En las plataformas digitales deben estar disponibles y accesibles fácilmente.

Fiscalización en punto de venta físico



Se consultó y el comercio **sí** las tenía disponibles en el punto de venta.

Fiscalización en redes sociales por el Observatorio de Comercio Electrónico



El comercio **no** las tenía disponibles en el sitio web o plataforma digital.

05.Condiciones

Las condiciones básicas para la participación de las **promociones**.

¿Cuándo se trata de un promoción?

Cuando **exista un sorteo** para otorgar un beneficio o premio.

Condiciones mínimas que deben informarse:

- **Duración:** fecha de inicio y fin.
- **Objeto:** en qué consiste la promoción y los pasos a seguir por el consumidor.
- **Restricciones y limitaciones:** sin reenvíos a textos o documentos que no faciliten previa o simultáneamente los términos de la promoción.
- **Procedimiento** para reclamar el premio o el beneficio.



La **información debe estar a disposición de los consumidores** de la misma forma y por los mismos medios en que se da a conocer la promoción, o bien por cualquier otro medio siempre y cuando se informe al consumidor en la publicidad el lugar para encontrarla.

Análisis de publicación: sorteo en redes sociales



28 de diciembre de 2022 · 🌐



Giveaway , requisitos para participar:

1. Compartir la publicación en las historias, etiquetar a _____ y etiquetar a dos amigos.
2. Darle me gusta a la página de @ _____cr
3. En los comentarios comentar que te gusta más de los Productos de _____



👍 Me gusta

💬 Comentar

➦ Compartir

¿La información es clara y suficiente?

- No se informa de manera clara cuál será el premio del sorteo.
- Se acompaña de una fotografía de productos ¿corresponden a los productos que se sortearán en su totalidad?
- ¿Cuál es la duración del sorteo?
- ¿Cuándo se realizará el sorteo?
- ¿Existe un reglamento?
- ¿Cuál es el procedimiento para reclamar el premio?

¿Se reciben denuncias?

Las personas consumidoras **sí denuncian** por falta de información, publicidad, ofertas y promociones.

Infracción	2021	2022	2023
Garantía	1380	2917	684
Contrato	1697	2746	593
Falta de información, publicidad, ofertas y promociones	586	174	45
Tarjetas de crédito	32	76	14
Ventas a plazo	6	48	13
Derecho de retracto	29	31	3
Acoso u hostigamiento para la cobranza	13	28	2
Normas de calidad y reglamentaciones técnicas	37	58	3
Especulación	9	9	0
Discriminación de consumo	14	17	0
Comercio electrónico	8	19	0
Otros*	53	110	29
No corresponde (Art. 149) Rechazo Adportas	2079	1810	451
Total general	5943	8043	1837

Fuente: Datos del CRM. *Otros incluye factura, retiros de mercado, ley de usura y otros, acciones orientadas a restringir la oferta, circulación de bienes y servicios, entrega de información y sin clasificación. Fecha de corte: Diciembre 2022.

Ejemplo de denuncia

Cobro indebido por la publicidad de un restaurante, en la cual se indica 2x1 en desayunos de martes a domingo.

- El consumidor ordenó 2 gallos pintos y al pagar le cobraron los 2 gallos pintos sin aplicar la oferta de 2x1.
- El comercio le indicó que la oferta era válida únicamente para 2 tipos de desayunos.
- El consumidor señala que en las fotografías publicitadas aparecen varios platillos.
- La publicidad estaba disponible en las redes sociales y punto de venta.



Votación

Alegato del comercio

- El comercio tienen disponible una oferta de más de 10 platos de desayunos.
- Mecánica de la oferta consiste en 2x1 en desayunos, pero **solo hay disponibles 3 opciones diferentes de desayunos por día**, según un cronograma mensual.
- Indica que el día de la visita, al platillo adquirido por el consumidor no le aplicaba la oferta.
- Señala que **optan por utilizar una fotografía genérica** y no referirse a los desayunos específicos por día en la publicidad, por la rotación que realizan cada día.

La norma establece el deber del comerciante de **suministrar la información que corresponda con los principios de veracidad y suficiencia** apuntados acerca del bien o servicio que ofrece y, consecuentemente, la prohibición de utilizar cualquier medio de engaño o que **le suponga un error en su decisión de consumo**.

Comisión Nacional del Consumidor.

Criterios de la CNC

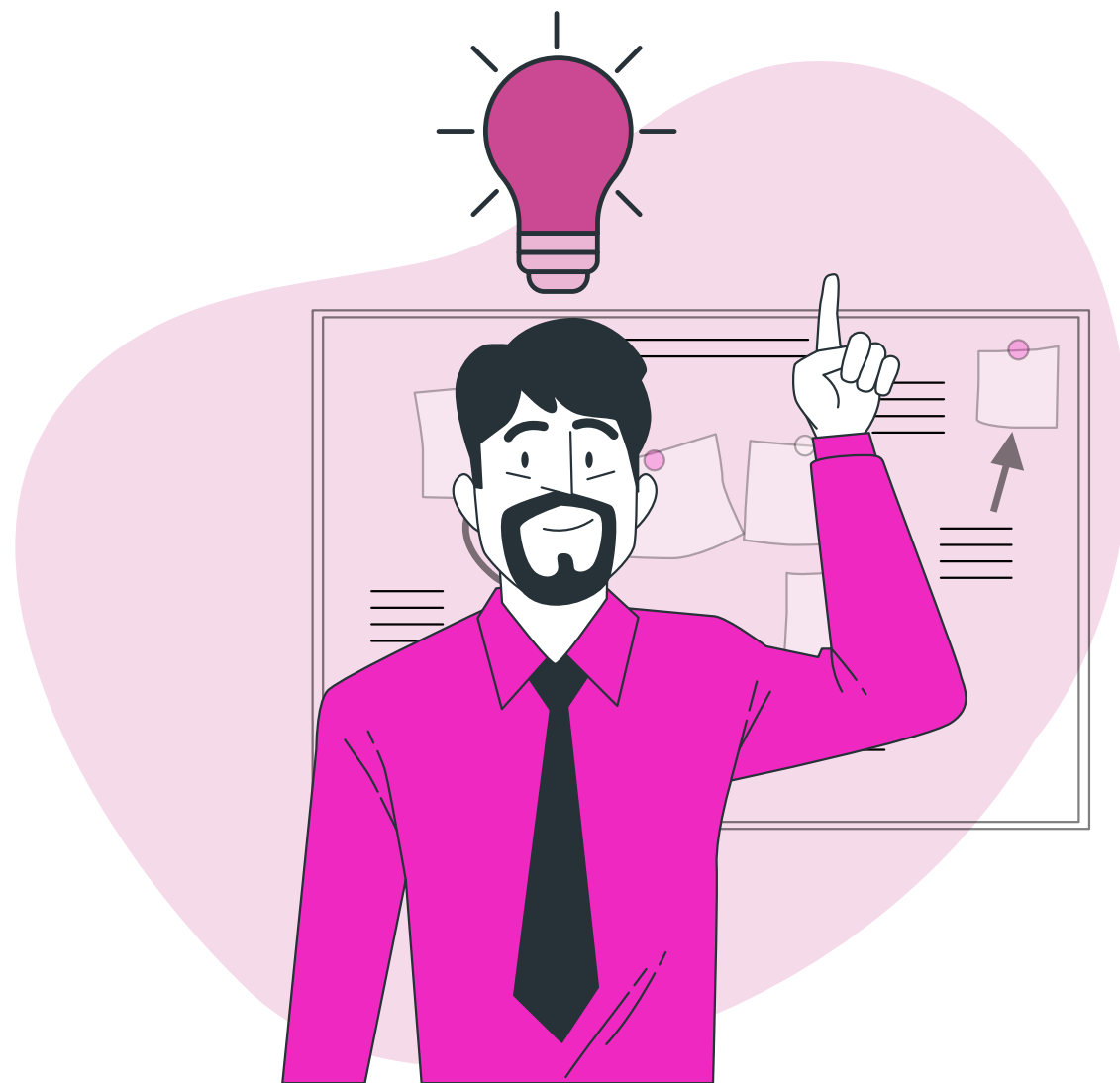
- En la publicidad indica que aplica restricciones pero no informa cuáles son las restricciones.
- En la publicidad no se informa la dinámica de la oferta.
- La publicidad engañosa consiste en dar información falaz, confusa, irrelevante, exagerada, pomposa o falsa, o, por el contrario, en silenciar datos fundamentales de los bienes y servicios cuando tal omisión induzca a error a los destinatarios.

Declara con lugar la denuncia por falta de información y publicidad engañosa

- 1 Ordena devolver al consumidor lo efectivamente pagado por ella de más, según la factura contenida, al no aplicársele la promoción del 2X1 en los dos desayunos adquiridos.
- 2 Ordena que en cualquier tipo de publicidad que realice, informe todos aquellos datos relevantes en los términos indicados y conforme a la normativa.
- 3 Impone una multa de ¢ 2 745 000.

“(...) De acuerdo con el principio de veracidad, las informaciones o imágenes que se difundan mediante un anuncio publicitario deben ser ciertas y no deben inducir a error al consumidor, ni de manera directa, ni por ambigüedad, omisión o exageración (...)”

(Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI) Lineamientos Sobre Competencia Desleal y Publicidad Comercial, Editorial INDECOPI, primera edición, Lima, 2001, página 63).





www.consumo.go.cr
capacitacionesconsumidor@meic.go.cr
800-consumo (800-2667866)

El uso de imágenes y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos. En caso de utilizar información, se debe referenciar a la Dirección de Apoyo al Consumidor del MEIC.

Ilustraciones diseñadas por Storyset.com | Íconos diseñados por Flaticon.com
Fotografías de Freepik.com