



MINISTERIO DE ECONOMÍA,  
INDUSTRIA Y COMERCIO

GOBIERNO  
DE COSTA RICA

# Reglas para la publicidad

Ley N°7472, Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva  
del Consumidor y su Reglamento Decreto Ejecutivo N°37899-MEIC.

**MAYO 2024**

Dpto. de 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.

### Ley N°7472

**Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor**

- Vigente desde 1995 y **reformada por medio de la Ley N°10360**, publicada en el 2023.
- Busca proteger, efectivamente, los derechos y los intereses legítimos de las personas consumidoras.

### D.E. N°37899-MEIC

**Reglamento a la Ley N°7472**

- Vigente desde 2013 y **reformado en 2024 por medio del D.E. N°44400**, publicado el 19 de abril de 2024.

# Consumidor medio

**Criterio recogido en la jurisprudencia de la CNC para resolver las denuncias recibidas.**

Referencia: Voto 842-20

01

Aquel que **no es un experto o excesivamente exigente y cuidadoso** y que actúa con **diligencia ordinaria**.<sup>1</sup>

02

**No es un consumidor racional**, calculador y frío capaz de analizar todas las alternativas como si fuera una calculadora.

03

Usualmente, **no realiza un análisis detallado de la información** dispuesta en la publicidad u otros medios.

04

Para tomar su decisión de consumo **considera la información que se encuentra a su alcance**.

<sup>1</sup>/Alfredo Bullard. El falso dilema entre consumidor razonable y consumidor ordinario. Revista de la Competencia y Propiedad Intelectual #10, Perú).

**Los comerciantes tienen la obligación de ofrecer, promocionar o publicitar los bienes y servicios de acuerdo con la Ley y respetar las condiciones de la contratación.**

Incisos b y c del artículo 34, Ley N°7472.

---

**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.**

# ¿Qué se entiende por publicidad?

**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.
- La prestación de servicios.

## **Publicidad comercial digital:**

Utiliza los **medios digitales interactivos** y está destinada para promover productos o influenciar el comportamiento de las personas consumidoras.

**Tanto la información difundida en medios publicitarios, como la contenida en la etiqueta y empaque del producto, debe ajustarse al principio de veracidad**



# Principios de 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.

Artículo 57, D.E. N°37899-MEIC

**Buscan garantizar que la información se ajuste a la verdad evitando que se distorsionen los hechos o se induzca a error o engaño a las personas consumidoras.**

# ¿Qué debe cumplir la publicidad?

## 01

---

Debe **realizarse de acuerdo con la naturaleza** de los bienes o servicios.

## 02

---

**No se puede omitir información**, si esto puede derivarse en daño o peligro para la salud o la seguridad del consumidor.

## 03

---

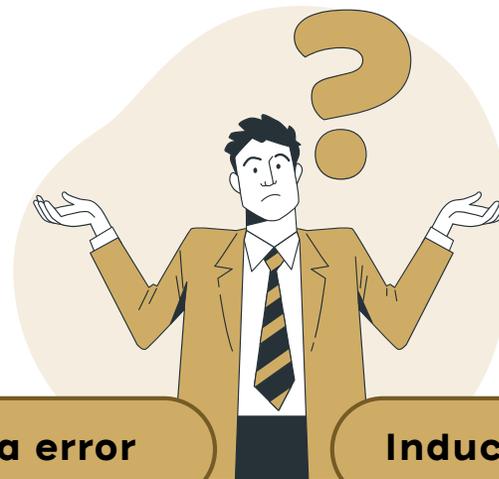
La **relación entre el fondo y el texto** superpuesto, así como la **alineación y orientación usada para divulgar la información adicional**, debe presentarse de forma tal que no induzca a error al consumidor

## 04

---

**No puede contener manifestaciones o presentaciones visuales** que directa o indirectamente, por afirmación, omisión, ambigüedad o exageración, **pueda llevar a confusión al consumidor.**

# ¿Inducción a error o engaño?



## Inducción a error

Se produce por una **inexactitud o imprecisión en la información**, que **genera en el receptor una comprensión ambigua** y difusa del enunciado publicitario.

## Inducción a engaño

La **intención en el mensaje publicitario está directamente encaminada a hacer creer al receptor una realidad inexistente** en el bien o servicio y una **promesa que no le va a ser cumplida** de forma parcial o total.

# Publicidad engañosa

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

- **Características básicas del producto o servicio:** calidad, cantidad, utilidad, componentes o ingredientes y otros (marca del producto).
- Beneficios o implicaciones del uso del bien o contratación del servicio.
- Origen geográfico.



**Producto PUBLICITADO**



**Producto REAL**

**¿Las características reales le podrían inducir a error o engaño?**

# Publicidad comparativa

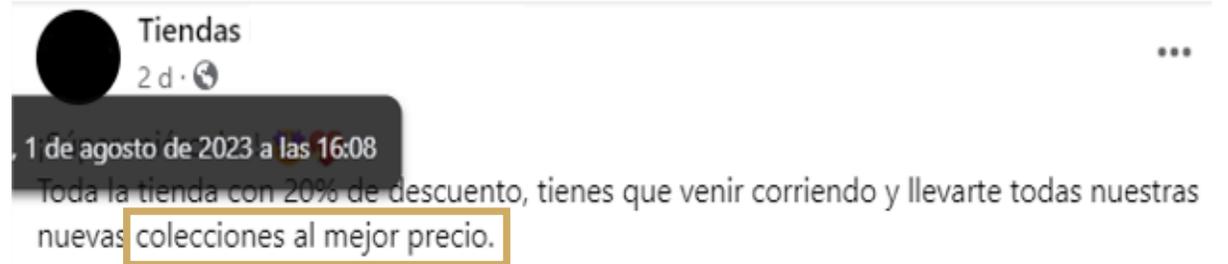
Se da cuando se utilizan mensajes que **realizan una comparación del producto o servicio** de forma expresa o implícita, con otros similares de su competencia.

## Ejemplo de frases:

- Mejores productos.
- Mejores ofertas.
- Mejores precios.
- Mejor cuota de crédito.
- Somos los mejores.

Artículos 37, Ley N.7472 & Artículos 2 y 58, Reglamento D.E. N°37899-MEIC

## ¿Es veraz que ofrecen el mejor precio?



**La comparación se debe basar en datos relevantes, objetivos y verídicos, sobre los cuales exista una base razonable de respaldo.**



Una oferta o promoción es la propuesta que se realiza con la **promesa** de ejecutar o dar algo.



# ¿Qué se debe informar en toda publicidad de ofertas y promociones?

Artículos 37, Ley N.7472 & Artículos 54 y 55,  
Reglamento D.E. N°37899-MEIC

**Para informar de manera previa, clara, veraz y suficiente al consumidor:**

1. Vigencia.
2. Precio.
3. Restricciones (cuando existan).
4. Cantidad disponible (cuando aplique).
5. Cualquier otro dato relevante para la decisión de consumo.

# 01. Vigencia de la oferta

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

Si una oferta está **disponible durante todo el año**, ya no es una oferta y se convierte en el precio regular del bien o servicio.



**Cumple** al informar la fecha de vigencia.



**No cumple** al indicar "Oferta por **tiempo limitado**"

## 02. Precio del bien o servicio

El **precio anterior** del bien o el servicio y el **nuevo precio** o el **beneficio** que de aprovechar la oferta puede obtener el consumidor.



**Cumple:**  
informa el beneficio  
(30% de descuento)



**Cumple:**  
informa el precio anterior y el nuevo.



**Incumple:** ¿Cuál era el precio anterior o cuál es el beneficio ofrecido?

## 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.



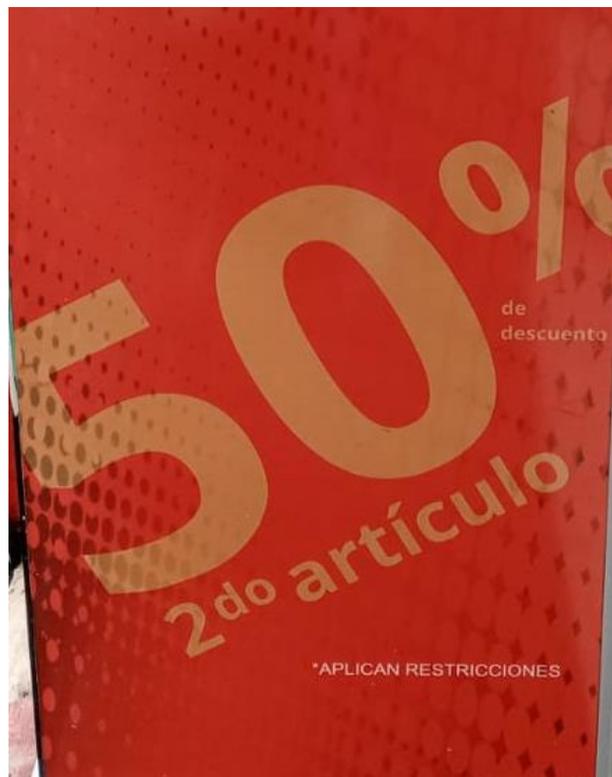
### Ejemplo de incumplimientos:

- Uso de frases tales como: hasta agotar existencias, cantidades limitadas, cantidades pueden variar por punto de venta.
- Informar descuentos desde el 20% y hasta 50% y no tener disponibles productos con 50% de descuento.

## O4. Restricciones de la oferta

Se debe informar de modo previo, claro, veraz y legible, 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.
- En las **plataformas digitales** deben estar disponibles y accesibles fácilmente.



**Incumple** porque durante la fiscalización en punto de venta, las restricciones no estaban disponibles para los consumidores.

# ¿Puede restringirse el pago de ofertas con tarjetas de crédito o débito?

- ✓ **No se pueden eliminar descuentos** por el uso de la tarjeta de débito y crédito.
- ✓ **No se puede limitar el uso de programas especiales** como los cero intereses de las tarjetas de crédito.
- ✓ **No se pueden establecer mínimos de compra.**
- ✓ **No se pueden establecer recargos** por el uso de las tarjetas de crédito o débito, en perjuicio del consumidor.

Artículo 26, D.E. N° 35867-MEIC. Reglamento de tarjetas de crédito y débito.



El **porcentaje de descuento debe ser igual** al pagar con tarjeta de débito, tarjeta de crédito, SINPE o efectivo.

# Un **sorteo** es el método de selección aleatoria de un ganador o ganadores entre un grupo de participantes.

La selección debe realizarse de manera imparcial, y estar **asociada a promocionar o atraer la atención, aumentar la participación y fomentar el interés** en un producto o servicio.

# Reglas para realizar un sorteo

- 01.** Se debe **definir de previo las condiciones básicas** para la participación de los consumidores y la selección del ganador.
- 02.** La **información deberá estar a disposición de los consumidores** para su consulta de la misma forma y por los mismos medios en que se da a conocer la promoción al público y por cualquier otro medio siempre y cuando se informe al consumidor en la publicidad el lugar para encontrarla.
- 03.** La información **podrá ser remitida en versión digital a la DAC** con el fin de que ésta la ponga a disposición de los consumidores; sin perjuicio del deber del comerciante o proveedor de publicarlo por su cuenta.
- 04.** La información **podrá estar contenida en un reglamento** redactado al efecto.

# Información mínima sobre el sorteo

## **a. Duración:**

Fecha de inicio y de finalización del sorteo.

## **b. Objeto:**

Describir de forma clara y suficiente en qué consiste y cuáles son los pasos que el consumidor debe cumplir para consolidar su derecho de participación.

## **c. Restricciones para participar:**

Deben ser informadas de manera previa, clara y precisa en su redacción, con posibilidad de comprensión directa, sin reenvíos a textos o documentos que no faciliten previa o simultáneamente los términos del sorteo.

## **d. Reclamo del premio o beneficio:**

Señalar el procedimiento para reclamar el premio o el beneficio y ante quién, señalando al menos, la ubicación del establecimiento comercial, la oficina o la persona contacto.

# Escogencia del ganador

- ✓ **Se debe hacer ante notario público o hacer constar este acto mediante declaración jurada** que indique:
  - La fecha del sorteo.
  - Los datos del consumidor favorecido.
  - La forma en que se realizó el sorteo.
  - El detalle del premio o beneficio.
  - El procedimiento para la entrega del premio o beneficio en caso que la entrega no se realice en el mismo acto.
- ✓ La **información del ganador deberá publicarse por los mismos medios y de la misma forma en que se dio a conocer el sorteo, haciendo uso de los medios digitales o redes sociales o en un medio de comunicación social**, los cuales deberán ser de alcance nacional.

# ¿Qué aplica 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.
- ✓ Se expone a una **sanción** por parte de la Comisión Nacional del Consumidor de una **multa de diez a cuarenta veces el salario base** del oficinista 1, establecido por el Consejo Superior del Poder Judicial.

# Multas por incumplir la normativa

Las multas se gradúan de acuerdo con el momento en que se cometió la infracción.

AÑO	SEMESTRE/ PERÍODO	SALARIO BASE	MULTA 10 SALARIOS	MULTA 40 SALARIOS
2015	1° semestre	€252 900	€2 529 000	€10 116 000
	2° semestre	€253 150	€2 531 500	€10 126 000
2016	1° semestre	€255 700	€2 557 000	€10 228 000
	2° semestre	€257 650	€2 576 500	€10 306 000
2017	1° semestre	€260 250	€2 602 500	€10 410 000
	2° semestre	€262 900	€2 629 000	€10 516 000
2018	1° semestre	€267 000	€2 670 000	€10 680 000
	2° semestre	€270 750	€2 707 500	€10 830 000
2019	1° semestre	€274 500	€2 745 000	€10 980 000
	2° semestre	€278 250	€2 782 500	€11 130 000
2020- 2023	1° semestre 2020 al 9/03/23	€287 000	€2 870 000	€11 480 000
2023 2024	10/03/23 al 02/08/2023*	€325 085	€3 250 850	€13 003 400
	<b>A partir del 3/8/2023**</b>	<b>€462 200</b>	<b>€4 622 000</b>	<b>€18 488 000</b>

Artículo 57, Ley N°7472.

\*A partir de la entrada en vigencia de la Ley N°10159, Ley Marco de Empleo Público.

\*\*A partir de la entrada en vigencia de la Ley N°10360.

# ¿Qué se puede denunciar ante la CNC?

**Cualquier hecho que vulnere los derechos** de las personas consumidoras en el marco de la Ley N°7472 y el D.E. N°37899-MEIC.

**Si considera que alguno de sus derechos ha sido vulnerado puede:**

- Llamar a la **línea gratuita: 800-consumo** (800-2667866)
- Presentar su denuncia de forma gratuita en el sitio web: [www.consumo.go.cr](http://www.consumo.go.cr)

INFRACCIÓN	2022	2023	2024
Garantía	2917	2406	866
Contrato	2746	1944	828
Falta de información, publicidad, ofertas y promociones	174	192	76
Tarjetas de crédito	76	68	28
Ventas a plazo	48	25	4
Derecho de retracto	31	14	6
Acoso u hostigamiento para la cobranza	28	6	1
Normas de calidad y reglamentaciones técnicas	58	33	10
Especulación	9	2	1
Discriminación de consumo	17	2	5
Comercio electrónico	19	S.i.	S.i.
Otros*	110	29	34
No corresponde (Art. 149) Rechazo Adportas	1810	2134	581
<b>Total general</b>	<b>8043</b>	<b>6855</b>	<b>2440</b>

Fuente: Datos del CRM al I cuatrimestre del 2024. \*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.

# Denuncia ante la CNC

- ✓ El comercio tiene **disponible en el punto de venta una oferta de zapatos:**
  - Precio anterior ¢89.850
  - Precio de oferta: ¢59.850
- ✓ La **consumidora toma su decisión de consumo** para adquirir los zapatos.
- ✓ Al **momento del pago**, los **encargados de la tienda le informan que dicha oferta ya no se encontraba activa**, porque acababan de recibir un correo electrónico de oficinas centrales en donde se ordenaba la no aplicación de la oferta.



## Criterio de la CNC:

- ✓ El **par de zapatos se encontraba marcado con un precio anterior y un precio de oferta**, por lo que la **empresa tenía la obligación de aplicarle la oferta** a la consumidora.
- ✓ La empresa incurrió en **falta de información y publicidad engañosa**.
- ✓ **Indujo a error o engaño a la consumidora**.
- ✓ Declara con lugar la denuncia e **impone la sanción de ¢2.557.000**

# Denuncia ante la CNC

- **Un comercio entregó en su punto de venta** un brochure publicitando una promoción de uno de sus proveedores de materiales.
- La promoción se denominada **“Micro....te da más”**:
- En el brochure se utiliza la frase “imagen con fines ilustrativos”.
- Se informaba que aplicaban restricciones y la existencia de un reglamento disponible en el sitio web (no en el punto de venta).

## Micro te da más...!!!

### Cómo participar...?

Por la compra de 50.000 colones en láminas de Micro-Concreto ½ y Micro-Cell 1 ½; o al acumular varias facturas con el monto, recibirá una acción para participar.

**Premio:**

**Una casa de 42 m<sup>2</sup>  
con paredes de  
Thermo-Panel**

**Thermo-Panel:**

*Forma innovadora de construir,  
soluciona la necesidad de vivienda actual,  
bajo los altos estándares de calidad,  
realizados con lamina de Micro-Concreto.*



Imagen con fines ilustrativos

\*\*\* Aplican restricciones / Ver reglamento [www.](#)

cr.com

**¿Qué indicaba el reglamento sobre el premio?**

- Se le entregará una casa de 42m<sup>2</sup> que **consiste únicamente en las paredes thermo-panel y el techo**, sin incluir el lote”

# Criterio de la CNC

- El punto de venta es promotor para la distribución y difusión del material.
- La empresa proveedora del material es la gestora de la dinámica.
- Es de fácil comprobación que existe una extensa diferencia entre ofrecer una casa tal cual se ofertó en la publicidad y entregar únicamente unas paredes y techo.
- La información no es clara y precisa en cuanto a la naturaleza del premio de la promoción, lo cual induce al error y engaño al consumidor.
- La información genera una expectativa equivocada en el consumidor en torno al premio que puede recibir.

Voto CNC 842-20

## Micro te da más...!!!

### *Cómo participar...?*

Por la compra de 50.000 colones en láminas de Micro-Concreto ½ y Micro-Cell 1 ½; o al acumular varias facturas con el monto, recibirá una acción para participar.

**Premio:**

**Una casa de 42 m<sup>2</sup>  
con paredes de  
Thermo-Panel**

*Thermo-Panel:*

*Forma innovadora de construir,  
soluciona la necesidad de vivienda actual,  
bajo los altos estándares de calidad,  
realizados con lamina de Micro-Concreto.*



Imagen con fines ilustrativos

\*\*\* Aplican restricciones / Ver reglamento [www.](http://www.cr.com)

cr.com

**La denuncia se declara con lugar por falta de información y publicidad engañosa:**

▶ Se ordena a las empresas a ajustar la información de sus futuras publicaciones de promociones u ofertas, atendiendo los principios de la publicidad.

▶ **Se impone una sanción económica de forma solidaria de ₡2.531.500.**

# Muchas gracias

---

[www.consumo.go.cr](http://www.consumo.go.cr)  
[capacitacionesconsumidor@meic.go.cr](mailto: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