



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**.¹

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**.

¹/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.

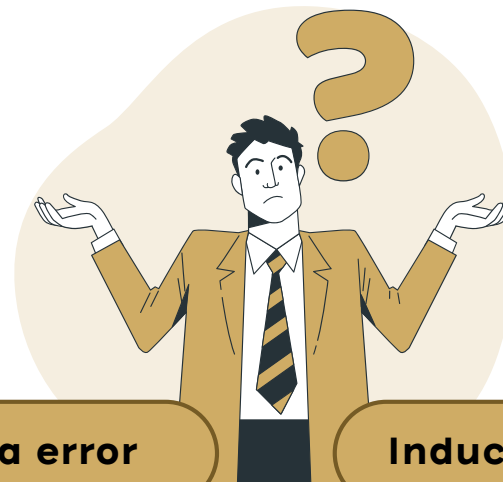
03

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

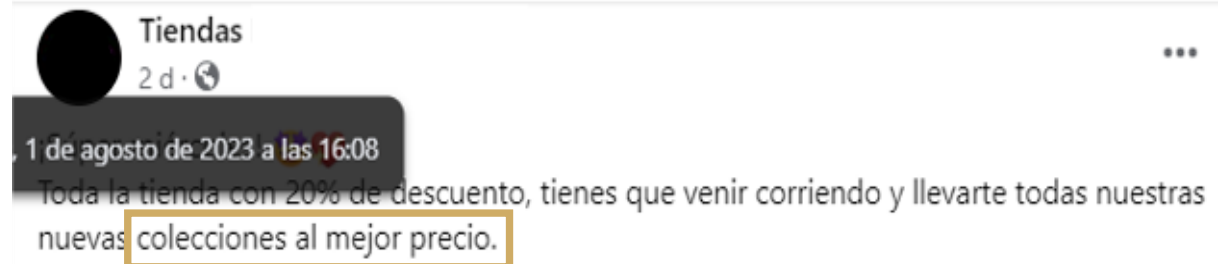
Se da cuando se utilizan mensajes que **realizan una comparación del producto o servicio** de forma expresa o implícita, con otros similares de su competencia.

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
	10/03/23 al 02/08/2023*	€325 085	€3 250 850	€13 003 400
2023 2024	A partir del 3/8/2023**	€462 200	€4 622 000	€18 488 000

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

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
Total general	8043	6855	2440

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 m²
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

¿Qué indicaba el reglamento sobre el premio?

- Se le entregará una casa de 42m² 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 m²
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
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