



# Boletín Informativo

DONINELLI & DONINELLI  
ASESORES JURÍDICOS ASOCIADOS, S.A.

DICIEMBRE 2010

## Publicidad empresarial

Un reciente reglamento desarrolla la ley sobre promoción de la competencia y defensa efectiva del consumidor y, de paso, introduce nuevas normas sobre publicidad.

El primero de noviembre de este año entró a regir una reforma total al reglamento de la Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor. Este cambio se realiza 14 años después de promulgado el antiguo reglamento.

La reforma presenta algunas novedades en la regulación del Derecho del consumidor y de la competencia, llenando lagunas e integrándolo con nuevos conceptos. Se establecen también ciertas pautas de desregulación de trámites y de regulación de precios en situaciones de excepción. Aunque son varios los asuntos objeto de reglamentación, importa destacar aquí dos temas novedosos: el análisis previo de concentraciones y la rectitud en la publicidad.

En materia de Derecho de la competencia, se reglamenta la **comunicación voluntaria de concentraciones** a la Comisión de Promoción de la Competencia (COPROCOM). Anteriormente, la única regulación provenía del

artículo 16 de la Ley, que faculta a la COPROCOM a investigar y sancionar las concentraciones que atenten contra la libre competencia, pero no exige que ese control sea anterior a la formalización de la concentración. Ahora se autoriza a la COPROCOM para analizar la legalidad de la concentración si las partes lo solicitan en forma voluntaria y *“previo a su realización”*. Realizando esta notificación previa la Comisión puede realizar un estudio no vinculante a la empresa, permitiéndole aclarar, modificar y limitar la concentración en aras de evitar futuros procesos en dicha Comisión.

Sin embargo, la omisión de comunicar una concentración en forma voluntaria no implica presunción sobre su ilegalidad. Es posible, por lo tanto, dudar de la aplicación que pueda tener este mecanismo en la práctica.

Otra interesante innovación es en materia de **publicidad**. A diferencia de lo que sucede en



otros países, en Costa Rica no existe una ley general sobre publicidad. Ahora, por vía de reglamento, el MEIC procura disciplinar la *“rectitud en la publicidad”*. Sus normas aplican a toda oferta, promoción o publicidad de bienes y servicios, transmitida por cualquier medio. Se prohíbe cualquier acto que induzca al consumidor a error, abuso o engaño, incluida cualquier omisión de la que pueda derivarse daño o peligro para su salud o seguridad.

Entre otras cosas, se define y prohíbe los supuestos de publicidad abusiva, denigratoria, engañosa, falsa y encubierta. Ya la ley prohibía la *“publicidad engañosa”* y disponía sobre la *“publicidad de términos comparativos”*. Se consideraba también el uso de publicidad denigratoria como un acto de competencia desleal. Con el nuevo reglamento, se regula también la **publicidad “encubierta”**, que es aquella que se presenta al consumidor bajo un contexto de información, ficción y entretenimiento, sin que él se

percate de que ésta es premeditada y remunerada por los agentes económicos involucrados.

Un ejemplo práctico de publicidad encubierta es aquella que tiene lugar mediante suplementos especiales en ciertos periódicos. El lector es llevado a creer que las empresas que figuran en el suplemento han sido escogidas por sus propios méritos, cuando en realidad su aparición es producto del pago de una suma de dinero. Para que esta práctica sea legal, debe indicarse su carácter de publicidad.

El reglamento contiene además ciertas pautas para el uso de testimonios en el mercadeo. Entre otras cosas, se exige la obtención de un documento escrito firmado por la persona que rinde su testimonio a favor del bien o del servicio publicitado.

Otro aspecto a considerar es la regulación sobre **promociones y sorteos**. El comerciante está obligado a informar a los consumidores sobre la duración de la promoción, su objeto, sus restricciones y los procedimientos de reclamo del premio o beneficio. Se regula igualmente la forma en que debe hacerse el sorteo y la publicación del ganador.

En todo caso, la carga de la prueba de la veracidad y de la corrección de la información le corresponderá siempre al comerciante o proveedor.

*Artículo preparado por la Licda. Guisselle Zúñiga ([gzuniga@asejur.com](mailto:gzuniga@asejur.com)) y por el Dr. Alejandro Bettoni ([abettoni@asejur.com](mailto:abettoni@asejur.com)), quienes atenderán con gusto sus consultas entorno a este importante tema.*

## Noticias corporativas

### Alejandro Bettoni nombrado Secretario-Tesorero de ILF

Alejandro Bettoni, representante de nuestra firma en International Law Firms (ILF) fue nombrado Secretario-Tesorero de esta asociación. El nombramiento tuvo lugar en la asamblea anual celebrada en México D.F. en setiembre del 2010. El Sr. Bettoni también ejerce como Presidente del Comité de Tecnología.

ILF es una asociación internacional de firmas legales independientes. Fundada en 1998, la organización ha crecido hasta incluir aproximadamente **70 firmas en 50 países** en el mundo entero y continúa expandiéndose a otros lugares estratégicos.

Doninelli & Doninelli es miembro activo de ILF desde el 2004.

### Atención a clientes en fin de año

Nuestra firma estará cerrada al público en general desde el **22 de diciembre** del 2010 hasta el 3 de enero del 2011. Sin embargo, quedarán como siempre varios abogados para atender emergencias legales durante dicho periodo.



Desde ahora, les deseamos a todos nuestros clientes y amigos: ¡paz y mucha prosperidad en este nuevo año 2011!

**Nota:** Este boletín es publicado por Doninelli & Doninelli para sus clientes y amigos, con fines meramente informativos. Los textos que comporta no son dictámenes ni opiniones legales y la recepción de este documento no crea una relación abogado-cliente. Los lectores interesados en citar o reproducir este boletín, total o parcialmente, están invitados a hacerlo, siempre que mencionen la fuente.

## DONINELLI & DONINELLI

ASESORES JURÍDICOS ASOCIADOS, S.A.

ABOGADOS Y NOTARIOS

Fundado en 1967

BARRIO LOS YOSÉS CALLE 37, AVENIDA 8  
SAN JOSE, COSTA RICA

TELÉFONO (506) 2280-0303

FAX (506) 2281-0020

APARTADO POSTAL 5405-1000

E-MAIL: [info@asejur.com](mailto:info@asejur.com)

[www.asejur.com](http://www.asejur.com)