

A propósito de las campañas por San Valentín: ¡Evita caer en una promoción engañosa!



INDECOPI realiza supervisiones constantes, pero en ciertas fechas su actividad incrementa, tales como la celebración del 14 de febrero, en la cual diversos proveedores lanzan campañas comerciales con promociones o descuentos. **Uno de los principales focos de fiscalización será probablemente la difusión de promociones o descuentos engañosos.** De hecho, en la "Agenda Temprana del Sector 2024" de INDECOPI, este tipo de promociones se identifica como un problema público a nivel nacional que podría ser regulado.

En tal sentido, es importante conocer el criterio actual de INDECOPI para evaluar estas conductas, así como tomar en cuenta ciertas recomendaciones para prevenir sanciones:

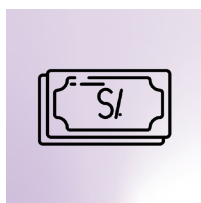
¿Cuál es el criterio de INDECOPI para perseguir las promociones engañosas?

Luego de aprobado el Precedente de Observancia Obligatoria mediante la Resolución N° 186-2021/CCD-INDECOPI ([Ver Client Memo](#)) por parte de la Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal (la "CCD"), se han seguido fiscalizando y sancionando casos de promociones engañosas. En estos casos, la CCD establece que una promoción lícita debe (i) contener una **oferta excepcional y temporal**, y (ii) ser **más ventajosa respecto de las condiciones del "precio referencial"** (es decir, el precio ofrecido en condiciones normales que se utiliza como base para comparar la oferta).

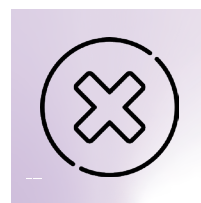


¿Qué recomendaciones puedo tener en cuenta para evitar ser sancionado?

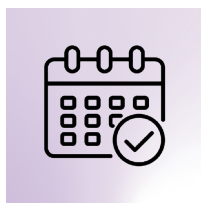
Considerando los criterios desarrollados por la CCD, si vas a publicitar promociones u ofertas durante la campaña de San Valentín, puedes seguir las siguientes recomendaciones:



En principio, el "precio referencial" con el que se compara la oferta debe ser el más reciente precio con el que se comercializó el producto o servicio anunciado.



Afirmaciones como "antes S/ 100, ahora S/ 50" podría ser una promoción engañosa si es que el producto no ha sido vendido al precio "anterior" de S/ 100 antes de que empiece la promoción.



El "precio referencial" debería haber estado disponible por un periodo mayor al periodo de tiempo en el que se anuncia el precio en promoción.



Es recomendable contar con un registro o evidencia de los "precios referenciales" que se encontraban vigentes de manera anterior y posterior al precio en promoción.



No exageres o infles artificialmente el "precio referencial" para anunciar una promoción u oferta.



El anuncio del descuento o promoción no debe exagerar el potencial ahorro que podría recibir el consumidor.

Recuerda:



Las multas por vulnerar la normativa de competencia desleal por presuntos actos de engaño ascienden hasta 700 UIT.

Carlos Patrón cap@prcp.com.pe SOCIO VER PERFIL +	Julia Loret de Mola jld@prcp.com.pe SOCIA VER PERFIL +	David Kuroiwa dkh@prcp.com.pe SOCIO VER PERFIL +	Giancarlo Baella gbp@prcp.com.pe ASOCIADO PRINCIPAL VER PERFIL +
---	---	---	---

Marianna Vallvé mvg@prcp.com.pe ASOCIADA VER PERFIL +	Ana Lucía Figueroa afd@prcp.com.pe ASOCIADA VER PERFIL +	Jimena Pérez jpd@prcp.com.pe ASOCIADA VER PERFIL +	Luciana Márquez lma@prcp.com.pe ASOCIADA VER PERFIL +	Sofía Rivera sra@prcp.com.pe ASOCIADA VER PERFIL +
--	---	---	--	---