



Cartilla informativa sobre
Regulación Publicitaria

SEO



Bienvenidos al Módulo N° 4 de la Cartilla Informativa sobre Regulación Publicitaria. Esta serie se compone de 4 módulos diseñados para explicar los principales principios que deben observarse cuando se elabora y difunde una publicidad a efectos de que esta sea acorde al ordenamiento jurídico. En esta última cartilla, abordaremos el **principio de legalidad**.



Módulo 4

Principio de legalidad

1. ¿Qué es el principio de legalidad?



El principio de legalidad busca que los agentes económicos respeten las normas imperativas del ordenamiento jurídico, particularmente, la normativa que regula el contenido, difusión o alcance de la actividad publicitaria, incluyendo disposiciones de índole sectorial.



Lo anterior implica que cuando un agente económico omite cumplir con regulación publicitaria imperativa, incluso cuando estas disposiciones se encuentren en una norma distinta al Decreto Legislativo N° 1044, Ley de Represión de la Competencia Desleal (“DL 1044”), nos encontraremos ante una violación del principio de legalidad.

2. ¿Cuáles son las principales conductas previstas en el DL 1044 que constituyen incumplimientos al principio de legalidad?

Según el artículo 17 del DL 1044, los agentes económicos deben asegurarse de contemplar los siguientes aspectos en sus piezas publicitarias:

Anuncios sobre productos peligrosos

Se debe contemplar una advertencia sobre los principales riesgos que implica el uso o consumo.

Tributos y cargos adicionales

Cuando el anuncio contiene el precio del producto o servicio, se debe incluir los tributos y cargos adicionales para su adquisición.

Productos con precios de venta al crédito

Se debe contemplar la cuota inicial, el monto total de intereses, la tasa de interés efectiva anual aplicable al producto anunciado y del monto, así como el detalle de los cargos adicionales aplicables.

Servicios telefónicos de valor añadido

La publicidad debe indicar el destino de la llamada, la tarifa y el horario en que dicha tarifa es aplicable



3. ¿Cuáles son las principales normas imperativas aplicables a la actividad publicitaria cuyo incumplimiento se sanciona bajo el principio de legalidad?

3.1) Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor (“CODECO”)

El CODECO contempla diversas disposiciones en materia publicitaria. Entre ellas:

Precios en moneda nacional y extranjera (artículo 6 del CODECO)

Los anuncios que contemplen el precio de los productos en moneda extranjera también deben incluir el equivalente en moneda nacional.

Publicidad de promociones (artículo 14 del CODECO)

Se debe indicar la duración y stock mínimo de la promoción. Asimismo, de ser aplicable, se debe informar sobre las condiciones o limitaciones de acceso a la promoción.

Bienes inmuebles futuros de primer uso (artículos 76 y 77 del CODECO)

Se debe contemplar la identificación del proveedor inmobiliario; descripción del inmueble; antecedentes del proveedor; condición sismorresistente del inmueble; canales para la atención de quejas, reclamos o denuncias, entre otros.

Productos o servicios financieros de crédito (artículos 83 y 84 del CODECO)

En la publicidad de productos o servicios financieros de crédito que anuncien tasas de interés activas, el proveedor debe consignar de manera clara y destacada la tasa de costo efectivo anual (TCEA). En caso de anunciar productos o servicios con tasas de interés pasivas, se debe indicar la tasa de rendimiento efectivo anual (TREA).



3. ¿Cuáles son las principales normas imperativas aplicables a la actividad publicitaria cuyo incumplimiento se sanciona bajo el principio de legalidad?

3.2) Ley N° 28681, Ley que regula la Comercialización, Consumo y Publicidad de Bebidas

Alcohólicas

- El artículo 8 de esta norma establece, entre otros, la obligación de contemplar la frase “TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN EXCESO ES DAÑINO” en cualquier tipo de publicidad de bebidas alcohólicas (lo que incluye etiquetas, envolturas o empaques). Dicho texto debe ser legible y ocupar un espacio no menor del 10% del área total del anuncio.

Casuística*: La Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal (la “Comisión”) sancionó a una empresa por difundir dos (2) anuncios promoviendo la venta de bebidas alcohólicas sin incluir la frase "TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN EXCESO ES DAÑINO", y sin cumplir con consignarla en caracteres legibles y en un espacio no menor al 10% del área total del anuncio.



(*) Resolución N° 102-2021/CCD-INDECOPI

3. ¿Cuáles son las principales normas imperativas aplicables a la actividad publicitaria cuyo incumplimiento se sanciona bajo el principio de legalidad?

3.3) Ley N° 29459, Ley de Productos Farmacéuticos, Dispositivos Médicos y Productos Sanitarios (“Ley 29459”)

- Según el artículo 39 de la Ley 29459, la promoción y publicidad de productos farmacéuticos y dispositivos médicos autorizados para la **venta bajo receta médica** deben estar dirigidas exclusivamente a los profesionales encargados de prescribir y dispensar estos productos.
- Según el artículo 41 de la Ley 29459, la publicidad de productos para la **venta sin receta médica** que haga referencia a indicaciones terapéuticas o acciones farmacológicas debe incluir necesariamente las principales advertencias y precauciones para su uso.



Casuística*: La Sala Especializada en Defensa de la Competencia (la “Sala”) ha señalado sobre la publicidad de productos con receta médica que esta debe dirigirse exclusivamente a profesionales de la salud. Por ello sancionó a una empresa por publicitar un medicamento con receta en una página web y Facebook, medios de acceso público general.

(*) Resolución N° 0139-2021/SDC-INDECOPI

3. ¿Cuáles son las principales normas imperativas aplicables a la actividad publicitaria cuyo incumplimiento se sanciona bajo el principio de legalidad?

3.4) Ley N° 27345, Ley de Promoción de Uso Eficiente de la Energía ("Ley 27345")

- El artículo 3 de la Ley 27345 establece que los equipos energéticos deben incluir información sobre su consumo energético (estándares de eficiencia energética) en etiquetas, envases, empaques y publicidad en general.

Casuística*: La Sala sancionó a una empresa de tecnología por incumplir el principio de legalidad, en tanto omitió incluir la Etiqueta de Eficiencia Energética en la publicidad de sus equipos energéticos



(*) Resolución N° 0058-2022/SDC-INDECOPI

4. Recomendaciones

Es esencial que los agentes económicos conozcan las obligaciones establecidas por el DL 1044 y otras normas sectoriales que regulan la actividad publicitaria para evitar incumplimientos al principio de legalidad. Por ello, se recomienda:

01

Establecer protocolos y/o check list internos para la revisión de anuncios y/o campañas publicitarias. Ello implica fomentar una estrecha colaboración entre el departamento legal y el equipo de marketing.

02

Mantener al personal informado sobre cambios legislativos que incidan en obligaciones de índole publicitaria.

03

Consultar con asesores legales (internos o externos), de ser necesario.

CONTACTOS

