

Ofertas, promociones y publicidad

Por: Kattia Chaves Matarrita

kchaves@meic.go.cr

Agosto 2019



¿Quiénes somos?

Dirección de Apoyo al Consumidor

- Es un órgano sustantivo del Ministerio de Economía, Industria y Comercio

Nuestro objetivo

- Es la tutela efectiva de los derechos e intereses legítimos de los consumidores

Organigrama



¿Qué es la publicidad?



Marco Legal

Constitución Política - Artículo 46 -

Ley de promoción de la competencia y defensa efectiva del consumidor, **Ley 7472**

Reglamento a la Ley 7472, Decreto Ejecutivo 37899-MEIC.

IMPORTANTE

Artículo 46.- Constitución Política

“... 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.** El Estado apoyará los organismos que ellos constituyan para la defensa de sus derechos. La **Ley** regulará esas materias...”

(Así reformado por ley No. 7607 de 29 de mayo de 1996)

Derechos y Obligaciones



Derechos del consumidor

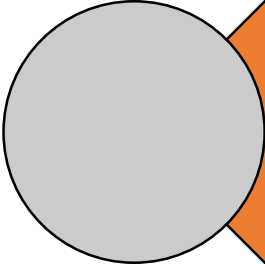
Protección contra los riesgos que puedan afectar su salud, seguridad y el medio ambiente.

Protección de sus legítimos intereses económicos y sociales.

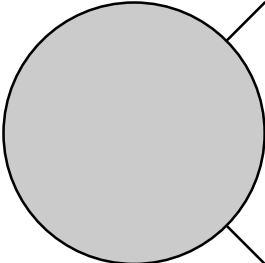
Acceso a una información, veraz y oportuna.

La educación y divulgación sobre el consumo adecuado de bienes y servicios.

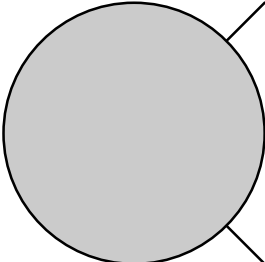
Derechos del consumidor



La protección administrativa y judicial contra la publicidad engañosa, las prácticas y las cláusulas abusivas, así como los métodos comerciales desleales o que restrinjan la libre elección.



Mecanismos efectivos de acceso para la tutela administrativa y judicial de sus derechos e intereses legítimos.



Recibir apoyo del Estado para formar grupos y organizaciones de consumidores.

Obligaciones del Comerciante

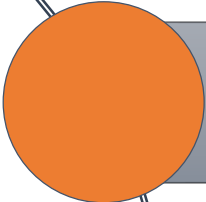
Respetar las condiciones de la contratación.

Informar suficientemente al consumidor en español.

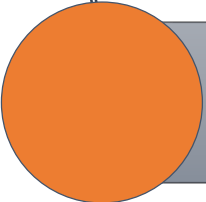
Ofrecer, promocionar o publicitar los bienes y servicios de conformidad con la Ley.

Suministrar las instrucciones para utilizar los artículos e informar sobre los riesgos que entrañe para la salud, seguridad y medio ambiente.

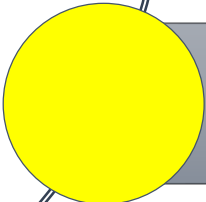
Obligaciones del Comerciante



Informar si las partes o los repuestos son usados.

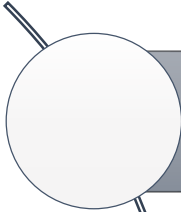


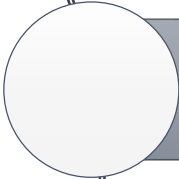
Informar cuando no existan en el país servicios técnicos de reparación o repuestos para un bien determinado.

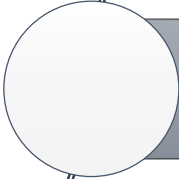


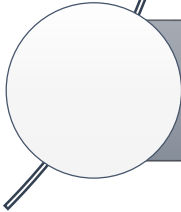
Garantizar todo bien o servicio que se ofrezca al consumidor.

Obligaciones del Comerciante

 **Abstenerse** de acaparar, especular, condicionar la venta y discriminación del consumo.

 **Resolver** el contrato bajo su responsabilidad, cuando tenga la obligación de reparar el bien y no la satisfaga en un tiempo razonable.

 **Fijar** plazos prudenciales para formular reclamos.

 **Establecer**, en las ventas a plazo, garantías de pago proporcionales a las condiciones de la transacción.

Obligaciones del Comerciante

Informar si los productos son defectuosos, usados o reconstruidos.

Cumplir con lo dispuesto en normas de calidad y las reglamentaciones técnicas de acatamiento obligatorio.

Mantener en buenas condiciones los instrumentos de medición.

Extender la factura o comprobante de compra.



Publicidad



¿Qué es la publicidad?



DOCTRINA

DOCTRINA

“(...) **Toda forma de comunicación** realizada por una persona física o jurídica, pública o privada, en el ejercicio de una actividad comercial, industrial, artesanal o profesional, con el fin de **promover de forma directa o indirecta la contratación** de bienes, muebles o inmuebles, derechos y obligaciones (...)”.

Martín García María del Lirio. La publicidad (su esencia en la contratación). Editorial: Dykinson, S.L., Madrid, España. 2002. p. 20

Lo publicitado u ofrecido



Lo recibido por el consumidor



¿Qué es el principio de veracidad?



Es a partir de **su irrespeto** que surge el concepto de engaño o inducción a error.

Este principio nos ayuda a identificar cuando un **mensaje publicitario deforma la verdad** o irrespeto la verdad.

Consiste en “**...respetar la verdad evitando que se deformen los hechos o se induzca a error...**”

Martín García María del Lirio. La publicidad (su esencia en la contratación). Editorial: Dykinson, S.L., Madrid, España. 2002. p. 82

Hör auf Deine Nase.



**PUBLICIDAD
ENGAÑOSA:
FICCIÓN QUE
SUPERA
LA REALIDAD.**

Flujo

Comerciante

Información:
clara, veraz,
suficiente,
PREVIA

Compra de
bienes o
servicios



Publicidad: es
el medio

Llegar a un
público meta
CONSUMIDOR

Ley 7472

Artículo 37.- Oferta, promoción y publicidad.

- De los bienes y servicios debe realizarse de acuerdo con:

naturaleza

Características

Condiciones

Contenido

Peso cuando corresponda

utilidad

finalidad,

De modo que no induzca a error o engaño al consumidor.

No pueden omitirse tales informaciones, si de ello puede derivarse daño o peligro para la salud o la seguridad del consumidor.

Ley 7472

Deben prevalecer las cláusulas estipuladas en los contratos, si son más beneficiosas que el contenido de la oferta, la promoción o la publicidad de los bienes y servicios.

Ley 7472

Al productor o al comerciante que, en la oferta, la promoción, la publicidad o la información, incumpla con las exigencias previstas en este artículo, se le debe obligar a rectificar la publicidad, costearla y divulgar la información veraz u omitida, por el mismo medio y forma antes empleados.

Definición - Reglamento Ley 7472



Publicidad:

“(...) cualquier forma de mensaje que sea difundido en cualquier modo en el ejercicio de una actividad comercial, industrial, artesanal o profesional, **con el objeto de promover la venta de bienes, muebles o inmuebles, la constitución o la transferencia de derechos y obligaciones, o bien la prestación de servicios, así como la difusión de ideas determinadas (...)**”.



Ley 7472

- El empleo de **términos comparativos en la oferta, la promoción o la publicidad** de los bienes y servicios, **sólo se admite respecto a datos esenciales, afines y objetivamente demostrables, siempre que se comparen con otros similares, conocidos o de participación significativa en el mercado.**
- La comparación **no es admisible** cuando se limite a la proclamación, general e indiscriminada, de la superioridad de los productos propios; se tiene por engañosa la que omita cualquier elemento necesario para determinar el valor real de los productos.

Definición - Reglamento Ley 7472



Publicidad comparativa:

“(...) Publicidad en cuyos mensajes se realiza una comparación del producto o servicio anunciado, de forma expresa o implícita, con otros similares de su competencia.(...)”.

Ejemplos publicidad comparativa

La mejor leche

El mejor producto

**La cuota más baja
del mercado**

**La mejor garantía
del mercado**

**Los mejores
vehículos del
mercado**

Definición - Reglamento Ley 7472



Publicidad engañosa:

“(...) Todo tipo de información o comunicación de carácter comercial en que se utilicen textos, diálogos, sonidos, imágenes o descripciones que directa o indirectamente, e incluso por omisión, **puedan inducir a engaño, error o confusión al consumidor**, especialmente sobre:

El origen geográfico

Los componentes o integrantes del bien ofrecido

Los beneficios o implicaciones del uso del bien o contratación del servicio

Las características básicas del producto o servicio (Ej. Calidad, cantidad, utilidad, y otros).(...)”.

Reglamento a la Ley

Artículo 112

“(...) Toda promoción u oferta especial debe indicar el **precio anterior** del bien o el servicio, **el nuevo precio o el beneficio** que de aprovecharlas, obtendría el consumidor y **cualquier limitación o restricción que implique la oferta**.

Toda información, publicidad u oferta al público de bienes ofrecidos o servicios por prestar, transmitida por cualquier medio o forma de comunicación, **vincula al comerciante que la utiliza o la ordena y forma parte del contrato**. No obstante, deben prevalecer las cláusulas estipuladas en los contratos, si son más beneficiosas para el consumidor que el contenido de la oferta, la promoción o la publicidad de los bienes y servicios. Si la promoción u oferta está sujeta a limitaciones o restricciones de cualquier índole, así se deberá indicar en la publicidad.(...)”.

Reglamento a la Ley

Artículo 112

Al productor o al comerciante que, en la oferta, la promoción, la publicidad o la información, incumpla con las exigencias previstas en este artículo, se le **debe obligar a rectificar** la publicidad, costearla y divulgar la información veraz u omitida, por el mismo medio y forma antes empleados.

Principios de la publicidad

Artículo 115

- a) **Veracidad:** La información debe corresponder a los términos o características reales del bien o servicio ofertado.
- b) **Claridad:** El contenido debe ser expuesto sin omitir información relevante para entender la naturaleza del bien o servicio, y no debe utilizar expresiones ambiguas.
- c) **Legibilidad:** La publicidad debe permitir la fácil y adecuada lectura de su contenido.

Fiscalización de la publicidad

Principales aspectos de análisis



Indican precio anterior, precio oferta o el beneficio

Informan las restricciones

Informan la cantidad de existencias y fecha de vigencia

Veracidad y claridad de la información

Información sobre promociones

Indicación de precios finales

Precios en dólares: Informan tipo cambio BCCR



La Comisión Nacional del Consumidor

El País | Sucesos | **Aldea Global** | Economía | El Mundo | Opinión | Deporte | Planeta | Deportes

SÁBADO 11 DE ABRIL DEL 2015
LA NACIÓN | ALDEA GLOBAL / BIENESTAR | 15A

PREVALENCIA OSCILA ENTRE 5% Y 52%, SEGÚN LA INVESTIGACIÓN

¿Cuántos sufren por una erección?

Estudios revelan cifras diferentes

Metodologías, edad de encuestados y procedencia arrojan números distintos

Irene Rodríguez S.
irodriguez@nacion.com

No es fácil saber cuántos hombres sufren disfunción eréctil. El urólogo Gonzalo Azúa comentó que estudios hechos en diferentes países a lo largo de varios años dan resultados desiguales, por lo que no puede hablarse de una cifra específica.

«Por qué? No todos los análisis toman en cuenta a la misma cantidad de personas, ni edades o lugares geográficos similares. Además, las metodologías varían. Así, se verán valores entre 5% y 52%, dependiendo del estudio y la edad del hombre.

«La percepción de lo que es tener un pene lo suficientemente erecto para una relación satisfactoria puede variar mucho de un hombre a otro», manifestó Azúa. «La forma en que se hacen las preguntas puede cambiar los datos. No es lo mismo preguntar si sufre de problemas para tener erección que preguntar si esa erección posee la dureza que quisiera durante todo el coito. Si cambia la pregunta, cambian los datos», explicó Azúa.

Algunos números. Uno de los primeros estudios se hizo en 1986. Participaron 51.529 hombres sanos entre 63 y 90 años; la prevalencia de problemas de erección fue de 33%. Se halló que sedentarismo, fumado y obesidad suben el riesgo de este padecimiento.

Entre 1987 y 1989 se realizó otra investigación con hombres de 40 a 70 años en que el promedio de personas con problemas de erección fue de 52%, pero, al verse por edades, a los 40 años, el 39% de los participantes tenía esta condición; a los 50, fue el 48%; a los 60, el 57%, y a los 70, el 67%.

Otro reporte, del 2001, que tomó en cuenta a 13.618 hombres entre 40 y 80 años y a 13.882 mujeres de la misma edad, de 29 países, determinó que entre los 40 y 49 años, el 5% de los varones tenían problemas de erección; entre 50 y 59 años, el porcentaje subía a 9%; entre 60 y 69 años era del 15%, y entre 70 y 80 años, de 22%.

Finalmente, en el 2006 se hizo un estudio llamado Global Better Sex Survey; participaron 6.291 hombres y 6.272 mujeres. El 48% de ellas reportó algún grado de disfunción, mientras el 57% de ellos dijo no estar muy satisfecho con la rigidez de su erección.

Por zona geográfica, hay reportes de que en Europa es de 8%; en el norte de Asia, de 15%; en el este de Asia, de 22%, y en Estados Unidos, de 22%. No obstante, la diferencia en metodologías impide comparar estos datos.

«Al final, lo relevante no es cuán común es la disfunción eréctil, sino qué podemos hacer para prevenir o retrasar la nuestra», concluyó Azúa.

CONVOCATORIA ASAMBLEA ORDINARIA DE SOCIOS CLUB HÍPICO LA CARAÑA S.A.

Se convoca a todos los propietarios de acciones comunes, preferentes y nominativas del Club Hípico La Caraña S.A., celebrada por los días 3-19-012578 a una asamblea ordinaria de socios, a realizarse en el domicilio de la sociedad, en Santa Ana de Focus un kilómetro y medio al oeste, de conformidad con lo que establece el artículo 137 de los Estatutos de la sociedad, para reconocer los siguientes temas de interés de acuerdo con el siguiente orden del día:

Ordinary del día Asamblea Ordinaria:

1. Verificación del quórum;
2. Informe de Gestión del Presidente;
3. Informe de Gestión del Tesorero;
4. Informe de Gestión del Administrador;
5. Por verificación del quórum del nombramiento, elegir los siguientes puestos de Junta Directiva y Fiscal:

Según el artículo 137 del Estatuto, el Presidente, el Tesorero, el Secretario y el Fiscal. Por consenso y para completar el quórum original de funcionamiento. Elegir Fiscal Provisional.

Después de haber leído los estatutos de la sociedad, el Presidente y el Secretario de la Junta Directiva para que comparezca ante el Notario Público de esta jurisdicción a protocolizar e inscribir según los acuerdos que sean necesarios.

La primera convocatoria de la asamblea ordinaria será a las dieciocho horas (18:00 h) del día 11 del mes de mayo del año en curso 2015. De no constituirse el quórum legal, conforme a los estatutos, se procederá a sesionar una hora más tarde (19:00 h) con los socios presentes y la votación se llevará a cabo con la mitad más uno de los votos presentes. Los socios que deseen hacerse representar en la asamblea, deberán presentar carta poder de conformidad con lo que establece el artículo 146 del Código de Comercio, debidamente autenticado la firma y en caso de representación de persona jurídica, deberá acompañar, además de la carta poder indicada, personería jurídica vigente. Las cartas poderes y su respectiva documentación deberán presentarse a más tardar una hora antes de las convocatorias indicadas para su debido cómputo de votos. Los estados financieros de la sociedad estarán disponibles para los socios, tres días hábiles previos al día de la asamblea. En todo,

Son José, 7 de abril del 2015

Juan Carlos Lara Povedano Presidente Junta Directiva

SANTA ANA | UREBIA | CARTAGO | CURRIDABAT
2203-3004 | 2468-1270 | 2591-4161 | 2272-0304

f /expoceramicacr www.expoceramicacr.com

PORCELANATO
ESMALTADO RECT.
60X60 CM

PRECIO OFERTA
₡ 8.995 IVA

SÁBADOS
NUEVO HORARIO
SANTA ANA Y CURRIDABAT
DE 9 A 5

EXPO CERÁMICA

SANTA ANA | UREBIA | CARTAGO | CURRIDABAT
2203-3004 | 2468-1270 | 2591-4161 | 2272-0304

f /expoceramicacr www.expoceramicacr.com



Voto 496-18

que muy claramente indican en el periódico por lo cual la información no es clara, no es suficiente, no es oportuna y no es veraz porque no indican elementos suficientes para que el consumidor tome su decisión de consumo (...)” (min 2:45). Con base en lo anterior, debemos de resaltar que el artículo 34 de la Ley 7472 establece en su inciso b) indica, como obligación ineludible para cada comerciante “(...) informar suficientemente al consumidor, en español y de manera clara y veraz, acerca de los elementos que incidan en forma directa sobre su decisión de consumo. Debe enterarlo de la naturaleza, la composición, el contenido, la fecha de caducidad, el peso de contado en el empaque, el recipiente, el envase o la etiqueta del producto y la góndola o el anaquel del establecimiento comercial, así como de cualquier otro dato determinante (...)”. En términos generales, la suficiencia apareja todos aquellos datos necesarios que, de manera amplia, el interesado requiera saber, de modo que no quede en él duda alguna que pueda generarle un posible perjuicio. La claridad propicia que la información se transmita de forma entendible y pueda con ello constatarse que el consumidor la ha comprendido correctamente. La veracidad apunta a que las condiciones, circunstancias y demás aspectos que sobre el producto se informen, sean ciertos y correspondan a una realidad objetiva y confiable. La tutela de estos derechos, que ostentan rango constitucional, a la luz del ordinal 46 de nuestra Carta Magna, otorga al aspecto

POR TANTO

Se declara con lugar la denuncia interpuesta por
, contra

cédula de persona jurídica número
seis; por falta de información e incumplimiento de las reglas de la promoción y la oferta, según lo establecido en el artículo 34 inciso b) y l) en concordancia con el artículo 37 y 41 de la Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor (7472) del 20 de diciembre de 1994, y por lo tanto: a) Se ordena a

SOCIEDAD ANONIMA, propietario del negocio comercial para que en cualquier tipo de publicación que realice, dentro de su giro comercial, sobre ofertas de sus bienes y servicios, informe a los consumidores su precio anterior, así como el precio nuevo o el beneficio obtenido, en los términos indicados y conforme a lo establecido en esta resolución. b) Se ordena a

negocio comercial la sanción de millones quinientos veintinueve mil colones (\$2 529 000,00), más el pago de multa al gobierno en un banco estatal autorizado y de recibo original o copia debidamente certificada que acredite el pago de la multa. Contra esta resolución puede formularse recurso de reposición, que deberá plantearse ante la Comisión



Programa
Unlimited Luxury
Cuota de
\$65*
por persona a 6 meses plazo en programa
0% sin interés con sus tarjetas de crédito
del Banco Nacional.
02 niños de cortesía.

Incluyen:

- 02 noches de alojamiento en habitación Jr. Suite Mountain Jungle.
- Sistema de alimentación todo incluido.
- Restaurantes a la carta sin reservación.
- Bebidas ilimitadas de marca Premium.
- Reabastecimiento diario del minibar.
- Servicio a la habitación las 24 hrs.
- Departamento de entretenimiento con actividades variadas cada día.
- Impuestos y propinas.

Promoción válida del 13 de enero al 19 marzo 2016.

*Condiciones generales: Cuota sujeta a variación por cambios en tipos de habitación cantidad de personas o servicios adicionales no incluidos en el programa. Espacios sujetos a disponibilidad por parte del hotel, se confirma al momento de tramitar la reservación. Montos dados en USD \$ dólares americanos. Precios por persona en ocupación doble. Promoción de 02 niños Gratis (entre 3-12 años) aplica compartiendo con sus padres en la misma habitación. Programa 0% sin intereses a 6 meses plazo con sus tarjetas de crédito del Banco Nacional. Aplican restricciones.



Para consultas y reservaciones diríjase al correo bnccr@bncr.fi.cr o al teléfono 2212-2000, ext 5277 ó 5114.

masBNficios
BANCO NACIONAL
www.masBNficios.com

Programa Unlimited Luxury

Cuota de

\$65*

por persona a 6 meses plazo en programa
0% sin interés con sus tarjetas de crédito
del Banco Nacional.

02 niños de cortesía.

Incluyen:

- 02 noches de alojamiento en habitación Jr. Suite Mountain Jungle.
- Sistema de alimentación todo incluido.
- Restaurantes a la carta sin reservación.
- Bebidas ilimitadas de marca Premium.
- Reabastecimiento diario del minibar.
- Servicio a la habitación las 24 hrs.
- Departamento de entretenimiento con actividades variadas cada día.
- Impuestos y propinas.

Consumidor:

Buenos días quisiera aprovechar esta promoción para 3 noches 17 a 19 de marzo salir el 20. para 2 personas.

Comercio:

Buenos días

Don Luis **el precio por 3 noches para 2 personas es de \$1170 por los cuales usted pagaría a cero interés \$195**

Mensuales durante 6 meses, Recordarle que es uno de los mejores hoteles del país y con el paquete TODO INCLUIDO usted tiene acceso a bebidas Premium, restaurantes a la carta sin reservación y todas las actividades del hotel.

Consumidor:

porque si en anuncio dicen \$65 por persona.

Comercio:

Don Luis, \$65 es la cuota mensual durante 6 meses, por persona en 2 noches.

Consumidor:

entiendo pero no es lo que dice el anuncio me parece propaganda engañosa

Comercio:

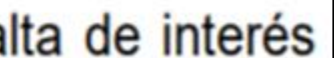
Don Luis, con todo respeto y esperando su comprensión, no es publicidad engañosa ni mucho menos, además se le está indicando los precios reales antes de cualquier cotización o cobro para evitar confusiones o conflictos, Cuando hablamos de cuotas de cero interés a 6 meses, debemos relacionarlas y se deduce que es una cuota (parte o porción de un servicio o pago) de \$65 a 6 meses Sin Interés alguno.

Pedimos mil disculpas si el correo le ha provocado alguna molestia don Luis. Estoy para servirle.

\$ 65 por 6 meses
\$ 390

\$ 1170 x 2 personas
\$ 585 por persona
\$ 97.5 x 6 meses

corresponden a su original). La publicidad es un elemento esencial en las relaciones de consumo, es un instrumento de promoción de ventas para el comerciante y a su vez un facilitador de decisiones para el consumidor, gracias al vínculo subjetivo de confianza creado entre las partes a través de la información. La justificación del deber de información en materia de la contratación, es la protección del consentimiento a fin de que el consumidor tome una decisión de consumo razonada en protección de sus intereses económicos. Por tanto, la primera limitación a la publicidad como derecho nace precisamente del deber de información, por lo cual se modifica la naturaleza jurídica de la publicidad siendo ahora no solo de carácter comercial sino también social. Sin embargo, cuando la publicidad no se adecua o transgrede el deber de Información, puede producir un error en el consumidor, el cual surge en la relación de consumo como una patología. A partir de dicha distinción se logra no solo definir la publicidad engañosa, sino también lograr la distinción entre publicidad engañosa, ya que, el error junto con el engaño o la violación al deber de información, configuran los elementos de la publicidad engañosa y le definen como la publicidad ilícita transmitida por los comerciantes que incumplen con el deber de información veraz y oportuna de forma culposa o dolosa y que conduce o induce al error. En vista de lo anterior, esta Comisión

Premium, restaurantes a la carta sin reservación y todas las actividades del hotel..(...)". En virtud de lo anterior y la prueba documental aportada por el denunciante, es evidente que la entidad bancaria accionada, en su publicidad no refiere el precio final que el consumidor pagará por el hospedaje, ni tampoco se puede apreciar el precio por noche (ej. \$65 por mes a 6 meses, da \$390, quedando cada noche a \$195 por persona, evidentemente a este último precio no toda persona podría estar interesada).(      ).De igual forma, a la falta de interés

POR TANTO

Se impone a , la sanción de pagar la suma de **Dos millones quinientos cincuenta y siete mil colones (¢2 557 000,00)**, mediante entero de gobierno en un banco estatal autorizado y deberá aportar a esta instancia el recibo original o copia debidamente certificada que acredite el pago de la multa. Contra esta resolución puede formularse **recurso de reposición**, que deberá plantearse ante la Comisión Nacional del Consumidor para su conocimiento y resolución, dentro de los tres días hábiles siguientes a la fecha de su notificación. Lo anterior de



Comisión Nacional del Consumidor a las catorce horas treinta minutos del cuatro de julio del dos mil dieciséis

Denuncia interpuesta por el **Departamento de Políticas y Verificación de Mercado**, del Ministerio de Economía, Industria y Comercio, contra [REDACTED], [REDACTED], cédula jurídica tres – ciento uno – [REDACTED], propietario del negocio comercial “[REDACTED]”; por supuesta falta de información y publicidad engañosa; según lo establecido en los artículos 34 inciso b) y 37 de la Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor (7472), del 20 de diciembre de 1994.

RESULTANDO

PRIMERO: Que mediante escrito recibido el diecinueve de noviembre de dos mil catorce, el **Departamento de Políticas y Verificación de Mercado**, del Ministerio de Economía, Industria y Comercio interpuso formal denuncia contra [REDACTED], [REDACTED], propietario del negocio comercial “[REDACTED]”, argumentando en síntesis que: “(...) I- Que la Dirección de Apoyo al Consumidor (DAC), del Ministerio de Economía, Industria y Comercio, de conformidad con las potestades que le asigna la Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor (7472) y el Decreto Ejecutivo 37899 Reglamento a la Ley Orgánica del Ministerio de Economía, Industria y Comercio, tiene dentro de sus objetivos, la verificación de la publicidad en los diferentes medios de comunicación, y la verificación en el mercado, con el fin de constatar la información otorgada al consumidor, el cumplimiento de la ley, las declaraciones de las normas de calidad, los reglamento (sic) técnicos y demás disposiciones, cuyo propósito es proteger en forma efectiva los derechos e intereses legítimos de los consumidores. II- Así las cosas, los día (sic) 8 y 9 de octubre del 2014, funcionarios del Departamento de

Sobre el fondo de la denuncia

“... no son enunciados que puedan pregonarse de forma vaga e indiscriminada y mucho menos sin dotar al destinatario de los medios de constatación inmediata necesarios para permitir una adecuada decisión de consumo”

“Tampoco resulta admisible que se oferten paquetes con varias unidades de un determinado producto, en los cuales se ofrezca uno de ellos en forma gratuita, y se omita al adquirente su precio individual, pues se le impide disponer de una referencia para establecer válida y objetivamente, la veracidad de lo ofertado y evaluar con certeza si le es, en realidad, favorable.”

“... se observan en la información denunciada, inconsistencias que denotan una contraposición entre lo ofrecido y el presunto beneficio que ha de obtener el consumidor”

Sobre el fondo de la denuncia

“(...) Todas estas falencias acusan un claro quebranto a los principios de claridad y veracidad en la información ya referidos y configuran los presupuestos de una publicidad engañosa, por cuanto inducen a error a los consumidores y le significan un perjuicio económico por pagar de más por productos en los que, a prima facie, se les ofrece algún tipo de ventaja mediante el uso de términos como “ahorro”, “precio especial” y “2 x 1”, entre otros. (...)”

“(...) le anuncian al comprador algún tipo de favorecimiento en su economía, pero que, en forma contraproducente, carecen de medios accesibles de verificación objetiva y en menor medida, pero no menos grave, lo encaminan maliciosamente a pagar un precio mayor, guiado por una etiqueta que le dice que está ahorrando cuando no sucede así en la práctica... (...)”

Se declara con lugar la denuncia interpuesta por el señor el **Departamento de Políticas y Verificación de Mercado**, del Ministerio de Economía, Industria y Comercio interpuso formal denuncia contra [REDACTED], propietario del negocio comercial "[REDACTED]", por falta de información y publicidad engañosa, según lo establecido en los artículos 34 incisos b) y 37 de la Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor (7472) del 20 de diciembre de 1994, y por tanto: a) Se ordena a [REDACTED], propietario del negocio comercial "[REDACTED]", que tanto en los productos denunciados como en aquellos que adolezcan de situaciones similares, deberá adoptar las acciones necesarias para que la publicidad que se pregona en ellos y que ofrece los consumidores, sea en el empaque, góndola o cualquier otro tipo de comunicación que se utilice dentro de sus locales comerciales, se ajuste a la normativa discutida, de manera que no se les induzca a error ni se les oculte información esencial para una adecuada decisión de consumo ni se les genere algún tipo de perjuicio económico. b) Se impone a [REDACTED], propietario del negocio comercial "[REDACTED]", la sanción de pagar **cuatro millones novecientos setenta y ocho mil colones (¢4 978 000,00)**, mediante entero de gobierno en un banco estatal autorizado y deberá aportar a esta instancia el recibo original o copia debidamente certificada que acredite el pago de la multa. Contra esta resolución puede formularse recurso de reposición, que deberá plantearse ante la Comisión Nacional del Consumidor para su conocimiento y resolución, dentro de los tres días hábiles siguientes a la fecha de su notificación. Lo anterior de conformidad con los artículos 64 de la ley 7472 y 343, 345 y 346 de la Ley General de la Administración Pública.

Otros ejemplos prácticos



Falta de veracidad en la información



Pack Especial: C\$1365

Individual: C\$650 x 2: C\$1300

No existe ningún beneficio al adquirir el "Pack Especial"



Falta de veracidad en la información

Reglamento Técnico Centroamericano N° RTCA 01.01.11:06 **Cantidad de Producto en Preempacados.**

2.3. Contenido de un Preempacado: **cantidad real de producto** en un preempacado.

Análisis

# muestra	Cantidad declarada (g)	Cantidad real (g) *	Error (g)
1	216	211.6	-4.4
2	216	213.7	-2.3
3	216	179.6	-36.4
	216	212.9	-3.1
	216	178.4	-37.6



¡Porque todos lo pidieron! Aprovechá una vez más esta increíble promo es nuestros Queque Helado Combinado por solo ₡9.900 🍰🎉

*Válido el día jueves 1 de agosto hasta agotar existencias.

La Estación

JUEVES
para
CELEBRAR



Falta de claridad en la información

Artículo 112. Sobre la Publicidad: “(...) Toda promoción u oferta especial **debe indicar el precio anterior del bien o el servicio**, el nuevo precio o el beneficio que de aprovecharlas, obtendría el consumidor y cualquier limitación o restricción que implique la oferta. (...)”

Artículo 113. Reglas de aplicación a la oferta, la promoción y la publicidad inciso j) “(...) En la oferta, el comerciante o proveedor deberá además informar la cantidad de producto o artículos disponibles durante su vigencia cuando se trate de cantidades limitadas.”



Reglas de aplicación a la oferta, la promoción y la publicidad:

c) La publicidad no deberá ser encubierta, denigratoria, falsa o abusiva, ni podrá contener ninguna manifestación o presentación visual que directa o indirectamente, **por afirmación**, omisión, ambigüedad o **exageración**, pueda razonablemente llevar a confusión al consumidor (...).

h) La publicidad podrá hacer referencia al término “garantía” o “**garantizado**” **cuando ofrezca condiciones superiores a la garantía otorgada**, en cuyo caso **deberá informar en qué consisten esas condiciones**.



Reglas de aplicación a la oferta, la promoción y la publicidad:

c) La publicidad no deberá ser encubierta, denigratoria, falsa o abusiva, ni podrá contener ninguna manifestación o presentación visual que directa o indirectamente, **por afirmación**, omisión, ambigüedad o **exageración**, pueda razonablemente llevar a confusión al consumidor (...).





Directriz MEIC N°004-2011

Las autorizaciones para utilizar los logotipos serán dadas por el Viceministro de Economía, Industria y Comercio

Artículo 46 de la Constitución Política

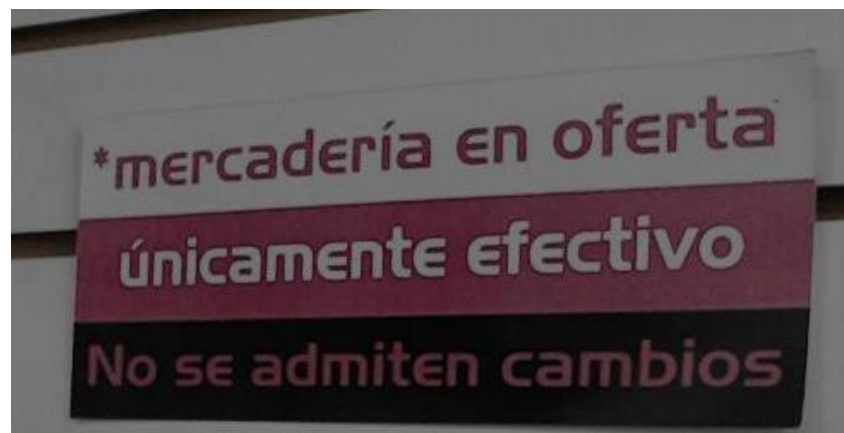
Artículo 34 inciso b) de la Ley 7472

Artículos 88, 89 y 91 del Reglamento a la Ley 7472

Al utilizar logos institucionales sin contar con la respectiva autorización se limita el derecho a la información que tiene el consumidor

Con el respaldo de:





Restricción de la oferta a pagos con tarjeta

Artículo 26. Reglamento de Tarjetas de débito y Crédito

No podrá establecer recargos, ni establecer mínimos de compra, ni eliminar descuentos por el uso de las tarjetas de débito y crédito.





Se indica 60% en estilos seleccionados, sin embargo la oferta se agotó el día sábado.

En estos casos, se debe corregir la publicidad por resultar engañosa

Otros ejemplos







martes
IRRESISTIBLE

u

Hoy martes 6 de agosto
70%
En manteles*

*Descuento aplica en artículos seleccionados.

*Descuento aplica en artículos seleccionados.



Verano
Extremo

Marzo Extremo que nunca

Del lunes 19 al sábado 24 de marzo

Las mejores ofertas

SlimLipo Láser (8 zonas)

~~\$999~~

SlimLipo Láser con
Lipotransferencia

\$1299

Abdominoplastia

\$1999

SlimLipo Láser con
marcaje para hombre

\$1399

Implantes de senos

\$2100

No somos los únicos pero sí los mejores

Aplican restricciones



COSTA RICA
GOBIERNO DEL BICENTENARIO
2018 - 2022



Dirección Apoyo al Consumidor

No olvidar



No olvidar

El comerciante debe informar la oferta de forma clara, veraz y suficiente.

No se debe de confundir la garantía implícita con las políticas de cambio.

Todo bien o servicio que se encuentre en oferta, tiene 30 días hábiles de garantía, salvo que se ofrezca un plazo mayor.

Se debe informar al consumidor suficientemente los alcances de las políticas de cambio ,si las hubiere.



Artículo 118.—**Rectificación de la oferta, la promoción y la publicidad.** Cuando existan incumplimientos a las exigencias previstas en este reglamento, el proveedor estará obligado a rectificar la publicidad, costearla y divulgar la información correcta u omitida, por el mismo medio y forma antes empleados.



Artículo 119.—**Carga de la prueba.** La carga de la prueba de la veracidad y corrección de la información o comunicación publicitaria, **corresponderá al comerciante o proveedor.**

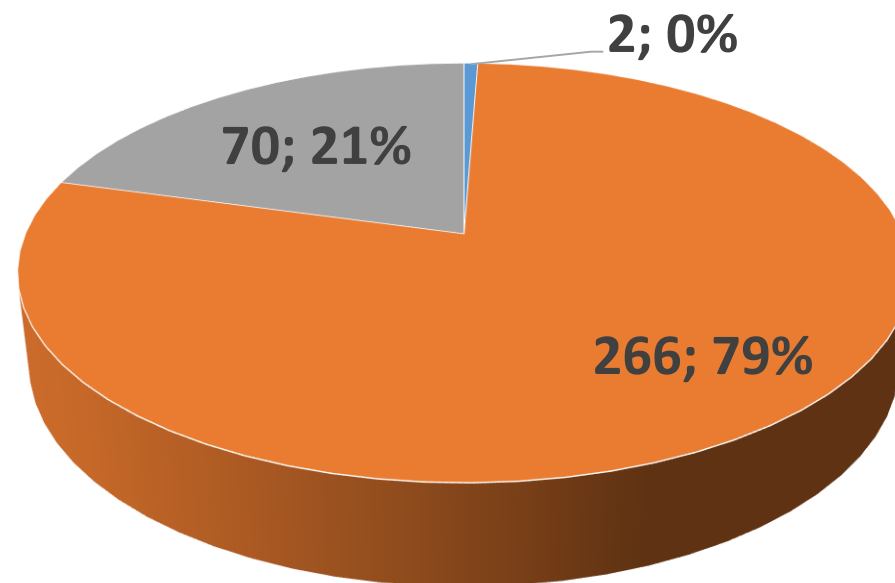


Análisis de las estadísticas sobre las denuncias

Período 2015-2019

Costa Rica: Cantidad de denuncias 2015 - 2019*

Total de denuncias: Porcentaje de
denuncias por publicidad



**Total de denuncias
por publicidad:
338**

■ Publicidad Comparativa ■ Publicidad Engañosa ■ Incumplimiento de lo publicitado

* Corte al 31 julio 2019

MUCHAS GRACIAS



2549-1400



<https://www.consumo.go.cr/>



Kattia Chaves kchaves@meic.go.cr

