

DAC-DECVM-INF-350-2019

VERIFICACIÓN DE LA PUBLICIDAD

DIA DEL PADRE



Elaborado por: María Esther Caravaca Fray

Revisado por: **Kattia Chaves**

SAN JOSÉ, JUNIO 2019

INTRODUCCIÓN

El Ministerio de Economía, Industria y Comercio, a través de la Dirección de Apoyo al Consumidor, de su Departamento de Educación al Consumidor y Ventas a Plazo, realizó un estudio de verificación de la publicidad en relación con la celebración del “Día del Padre”, fecha en la cual cada vez más empresas comerciales ponen a disposición de los consumidores productos con descuentos y ofertas llamativas.

Este tipo de estudios se realiza con la finalidad de verificar que se le otorgue al consumidor la suficiente información para tomar decisiones apropiadas de acuerdo a sus posibilidades económicas y sus expectativas, así como el cumplimiento de la Ley 7472, Ley de la Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor y su respectivo Reglamento, Decreto Ejecutivo No.37899-MEIC.

El análisis versó sobre un gran total de treinta y cinco anuncios de los periódicos alusivos al Día del Padre y publicados en los principales medios escritos de circulación nacional, redes sociales páginas en internet y ocho visitas a establecimientos comerciales, los cuales se realizaron durante el mes de mayo y junio del presente año.

Se pretende con este tipo de verificación, cumplir con objetivos institucionales y además, velar por la protección de los intereses legítimos del consumidor, acciones preventivas y correctivas en el comercio, en aras de que se cumplan los derechos del consumidor y las obligaciones de quienes ejercen el comercio de bienes y servicios.

II. OBJETIVO

Analizar el cumplimiento de la Ley 7472 y su Reglamento en los anuncios de periódico con respecto a la publicidad alusiva al Día Del Padre, en materia de información de precios, presentación de la información en ofertas y claridad de la publicidad.

III. LEGISLACIÓN APLICABLE

Ley 7472, los siguientes artículos:

En materia de información:

“Artículo 34, inciso b: "Informar suficientemente al consumidor, en español, de manera clara y veraz, acerca de los elementos que incidan en forma directa sobre su decisión de consumo".

En materia de precios:

*“Artículo 41.- **Promociones y ofertas especiales:** 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.”*

En lo que respecta a publicidad de Ofertas:

Reglamento a la Ley 7472:

“Artículo 91.—**Deber de brindar información real al consumidor.** Es obligación del comerciante informar suficientemente al consumidor y de manera clara, veraz y en **español** de todos los elementos que incidan directamente en su decisión de consumo conforme a las disposiciones contenidas en los artículos siguientes.

Todos los datos e informaciones al consumidor, en la publicidad, la góndola, los manuales o cualquier otro medio, deberán estar expresados en **letra legible** en cuanto a forma y tamaño, sin perjuicio de lo establecido en regulación específica.

Artículo 93.—**Sobre los precios.** Los precios de los bienes y servicios deberán estar indicados de manera que no quede duda del monto final incluyendo todos los impuestos, las cargas, o comisiones cuando correspondan.

Asimismo, cuando el ofrecimiento se realice en moneda extranjera, deberá informar al consumidor de forma visible, clara y oportuna que el tipo de cambio aplicable a la transacción, corresponde al de referencia de venta del Banco Central de Costa Rica, de conformidad con lo establecido en el artículo 48 de la Ley Orgánica del Banco Central, Ley N° 7558.

Artículo 104.—**Sobre el plazo mínimo de garantía.** El plazo mínimo de garantía será de treinta días hábiles, contados a partir de la fecha de entrega del bien o de la prestación del servicio, sin perjuicio de que el comerciante o proveedor otorgue plazos mayores, en cuyo caso estos prevalecen.

Cuando la garantía se aplique mediante la devolución del precio pagado, la sustitución o reposición del bien por otro de idénticas características, el consumidor deberá restituir el bien al comerciante con todos sus accesorios cuando así corresponda, y sin más deterioro que el normalmente previsto por el uso o disfrute.

Artículo 113.—Reglas de aplicación a la oferta, la promoción y la publicidad: “La oferta, la promoción y la publicidad de los bienes o servicios por parte de los comerciantes o proveedores, se regirán por las siguientes reglas de aplicación general (...):

- i) El comerciante o proveedor deberá garantizar la existencia de lo promocionado durante la vigencia de la promoción.
- 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.

Artículo 115.—Principios aplicables a la publicidad: “La publicidad deberá cumplir con los siguientes principios:

- 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.

Artículo 116.—Publicidad comparativa. Sin perjuicio de los demás requisitos y condiciones que pudiesen derivarse de la normativa legal aplicable, la publicidad comparativa deberá cumplir con lo siguiente: (...)

- c) Toda información que se brinde deberá ser objetivamente verificable, y deberá basarse en pruebas realizadas por el anunciante de previo a la primera divulgación del mensaje.

La comparación no es admisible cuando se límite a la proclamación, superlativa o general, indiscriminada, de la superioridad de los productos propios o de la posición de la empresa en el mercado por encima de sus competidores. En la publicidad deberán indicarse los datos o las fuentes que justifiquen las declaraciones comparativas sobre datos esenciales, afines y objetivamente demostrables siempre que se comparen con otros similares, conocidos o de participación significativa en el mercado.

En materia de tarjetas de crédito y débito el Reglamento de Tarjetas de Crédito y Débito N° 35867-MEIC

De los deberes de los afiliados y los tarjetahabientes

Artículo 26.—**Del afiliado.** El afiliado está obligado a dar fiel cumplimiento a lo establecido en el artículo 34 de la Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor. Además, deberá cumplir con lo siguiente: (...)

d) No podrá establecer recargos por el uso de las tarjetas de crédito o débito, en perjuicio del consumidor.

e) No podrá establecer mínimos de compra ni eliminar descuentos por el uso de la tarjeta de débito y crédito.

IV. VARIABLES VERIFICADAS

En el caso de información de precios y ofertas en el anuncio publicitario se verificaron los siguientes aspectos:

- Información sobre precios de oferta (precio anterior y actual o beneficio)
- Información de cantidades en el caso de existencias limitadas
- Fecha de vigencia de la promoción
- Información sobre las restricciones que apliquen
- Claridad de la información que no induzca a error: por ejemplo fotos del producto y después una leyenda aclarando que las fotos son ilustrativas
- Existencia de lo promocionado durante la vigencia de la oferta.
- Precios en dólares
- Tarjetas de crédito y débito.

- Información en otro idioma diferente al español.
- Precios con los impuestos incluidos.
- Garantía
- Publicidad comparativa.

V. MÉTODO DE TRABAJO

Para verificar el cumplimiento de la normativa aplicable se procedió de la siguiente forma:

- Primera etapa visita a los establecimientos: se visitan ocho comercios para revisión de la presentación de las ofertas.
- Segunda etapa visita a los establecimientos: si a la hora de la visita el establecimiento no cumple en materia de publicidad de ofertas, se le confecciona un acta de verificación brindando un plazo de días hábiles para que estos presenten una declaración jurada, en caso de realizar la corrección. En el caso de que si cumplan se elabora un acta de verificación de hechos en la que se indica que no cuenta con faltas en materia de publicidad.
- Primera etapa revisión de los anuncios publicitarios: se revisan los anuncios con ofertas alusivas al Día del Padre, si se detectan incumplimientos en materia de información en la publicidad, se remite un oficio prevención a las oficinas centrales del comercio. Cada anuncio analizado incluye plantilla de análisis de publicidad.
- Segunda etapa: Elaboración de una base de datos con información con los diferentes incumplimientos encontrados en la publicidad.
- Tercera etapa: Elaboración y redacción del informe final.

El trabajo de recolección de anuncios se empezó a partir del 22 de mayo al 31 de junio del 2019. Se revisaron un total de 35 anuncios entre prensa escrita y medios electrónicos, que incluye los siguientes medios: La Nación, La Teja, Insertos, La Extra, La República, Al día, redes sociales y páginas de internet.

El trabajo de campo se realizó en dos fechas: el 22 y 27 de mayo del 2019. Se visitaron un total de ocho establecimientos comerciales Walmart de Guadalupe y en Plaza Lincoln en Moravia.

VI. RESULTADOS

A continuación, se presenta el resumen del estudio realizado en los comercios seleccionados y su respectivo cumplimiento en la materia de publicidad, a saber:

CUADRO N°1
DÍA DEL PADRE, JUNIO 2019
RESUMEN DE ANUNCIOS ANALIZADOS

| Estudio | Cantidad | Cumplen | Incumplen |
|---------------------|-----------|-----------|-----------|
| Medios Electrónicos | 9 | 4 | 5 |
| Prensa Escrita | 26 | 16 | 10 |
| Visita Local | 8 | 5 | 3 |
| TOTALES | 43 | 25 | 18 |

Fuente: Fuente: DECVA, Plantillas de análisis publicidad, junio 2019
Nota: un mismo anuncio puede tener uno o varios incumplimientos.

El siguiente cuadro, muestra el detalle del estudio realizado para el día del padre, del mes de junio del presente año, el cual muestra el grado de cumplimiento e incumplimiento por establecimiento comercial, a saber;

**CUADRO Nº2
DÍA DEL PADRE, JUNIO 2019
DETALLE DE ANUNCIOS ANALIZADOS**

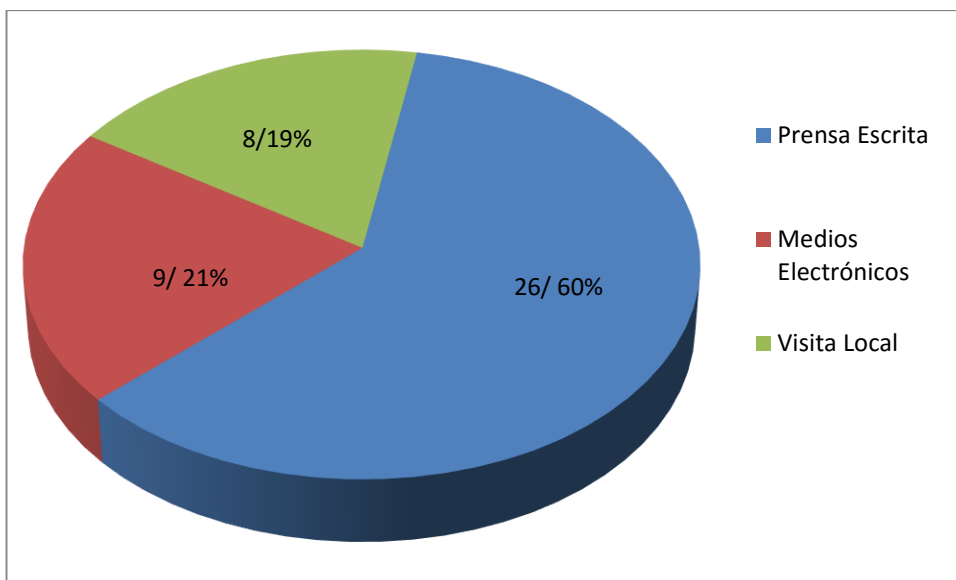
| Establecimiento | Fecha | Fuente | Cumple / No cumple | Detalle Incumplimiento |
|--------------------------|------------|--------------|----------------------|--|
| ARTELEC | 14-jun.-19 | Diario Extra | Cumplen con la ley | |
| ALISS | 14-jun.-19 | Facebook | Cumplen con la ley | |
| GIACOMIN | 14-jun.-19 | Facebook | Cumplen con la ley | |
| HOTEL AZURA BY Q VIVA | 14-jun.-19 | Facebook | Cumplen con la ley | |
| SOPORTE CONSOLAS CR | 17-may.-19 | Facebook | Cumplen con la ley | |
| LA ARTISTICA | 6-jun.-19 | La Nación | Cumplen con la ley | |
| PERI | 14-jun.-19 | La Nación | Cumplen con la ley | |
| PLANET HOLLYWOOD HOTEL | 3-jun.-19 | La Nación | Cumplen con la ley | |
| RIU HOTELS & RESORTS | 11-jun.-19 | La Nación | Cumplen con la ley | |
| SIMAN | 7-jun.-19 | La Nación | Cumplen con la ley | |
| SKY | 10-jun.-19 | La Nación | Cumplen con la ley | |
| SLEEP GALLERY | 14-jun.-19 | La Nación | Cumplen con la ley | |
| PF CHANGS | 24-jun.-19 | La Nación | Cumplen con la ley | |
| MALL SAN PEDRO | 3-jun.-19 | La Republica | Cumplen con la ley | |
| OPTICAS VISION | 21-jun.-19 | La Republica | Cumplen con la ley | |
| GOLLO | 31-may.-19 | La Teja | Cumplen con la ley | |
| GOLLO | 15-jun.-19 | La Teja | Cumplen con la ley | |
| KFC | 26-jun.-19 | La Teja | Cumplen con la ley | |
| MEGASUPER | 9-jun.-19 | La Teja | Cumplen con la ley | |
| SKY | 17-jun.-19 | La Teja | Cumplen con la ley | |
| COLUMBIA SPORWEAR | 27-may.-19 | Visita | Cumplen con la ley | |
| FOREVER 21 | 27-may.-19 | Visita | Cumplen con la ley | |
| FRU FRU | 27-may.-19 | Visita | Cumplen con la ley | |
| FUSION DESIGN | 27-may.-19 | Visita | Cumplen con la ley | |
| MOON | 27-may.-19 | Visita | Cumplen con la ley | |
| FUSION DESIGN | 5-jun.-19 | Correo | Incumplen con la ley | Brindan mal información de la Garantía, precios de oferta |
| MONGE | 7-jun.-19 | Diario Monge | Incumplen con la ley | Letra ilegible, publicidad comparativa |
| ALMACENES JERUSALEM | 12-jun.-19 | Facebook | Incumplen con la ley | Publicidad comparativa, precios de oferta |
| DELIRIOS | 3-jun.-19 | Facebook | Incumplen con la ley | En la publicidad indica que el descuento es solo en efectivo, no con tarjeta de crédito o débito |
| TIENDA EL PARQUE | 19-jun.-19 | Facebook | Incumplen con la ley | NO indican correctamente la información de los precios de oferta; Publicidad comparativa dice SUPER PRECIO. Publicidad comparativa " Súper Precio", Precios oferta mal indicados |
| ZAPATERIA TOO MUCH | 25-jun.-19 | Facebook | Incumplen con la ley | Precio de oferta, información mal indicada de la garantía |
| ALMA NATURAL RESTAURANTE | 10-jun.-19 | Factura | Incumplen con la ley | En el menú los precios no tienen los impuestos incluidos |
| AKIRO | 7-jun.-19 | La Nación | Incumplen con la ley | Precios en dólares, falta información de las existencias |
| DECAMERON | 29-may.-19 | La Nación | Incumplen con la ley | Dice Aplican Restricciones, precios en dólares |
| LA NACION | 27-jun.-19 | La Nación | Incumplen con la ley | Hasta agotar existencias |
| HOTEL RADISSON | 27-jun.-19 | La Republica | Incumplen con la ley | Indica precios desde, precios en dólares |
| LA BOTANA PICANTE | 11-jun.-19 | La Republica | Incumplen con la ley | Indica mal precios de la promoción |
| MEGASUPER | 21-jun.-19 | La Teja | Incumplen con la ley | No indica cantidad de existencias, letra no legible |
| TOOL SOLUTIONS | 28-jun.-19 | La Teja | Incumplen con la ley | No indica la cantidad de existencias |
| WALMART | 14-jun.-19 | La Teja | Incumplen con la ley | Letra ilegible |
| LILI PINK | 27-may.-19 | Visita | Incumplen con la ley | Le falta indicar precio oferta, solo indica un precio |
| WALMART | 22-may.-19 | Visita | Incumplen con la ley | Precio especial falta precio anterior, letra ilegible, |
| XIMI VOGUE | 27-may.-19 | Visita | Incumplen con la ley | Los productos en la tienda no tienen su respectivo nombre en idioma español, en la factura no se especifica los productos que el consumidor adquiere |

Fuente: Fuente: DECVA, Plantillas de análisis publicidad, junio 2019

Nota: un mismo anuncio puede tener uno o varios incumplimientos

El siguiente gráfico, muestra la cantidad de anuncios y visitas realizadas, en donde la mayor cantidad de anuncios analizados, se obtiene de los anuncios en prensa escrita con un porcentaje del 60% que corresponde a 26 anuncios analizados. Por otro lado, en cuanto a las visitas en sitio, se determina un porcentaje de publicidad analizada del 21% que corresponde a 8 locales comerciales visitados y analizada su respectiva publicidad, el resto corresponde a los anuncios en medios electrónicos, a saber;

GRÁFICO N°1
DÍA DEL PADRE, JUNIO 2019
RESUMEN DE ANUNCIOS ANALIZADOS



Fuente: Fuente: DECVA, Plantillas de análisis publicidad, junio 2019
Nota: un mismo anuncio puede tener uno o varios incumplimientos

El siguiente gráfico, muestra la cantidad de anuncios acorde a su grado de cumplimientos en materia publicitaria según la ley N°7472 y su respectivo reglamento, en este caso, se observa que:

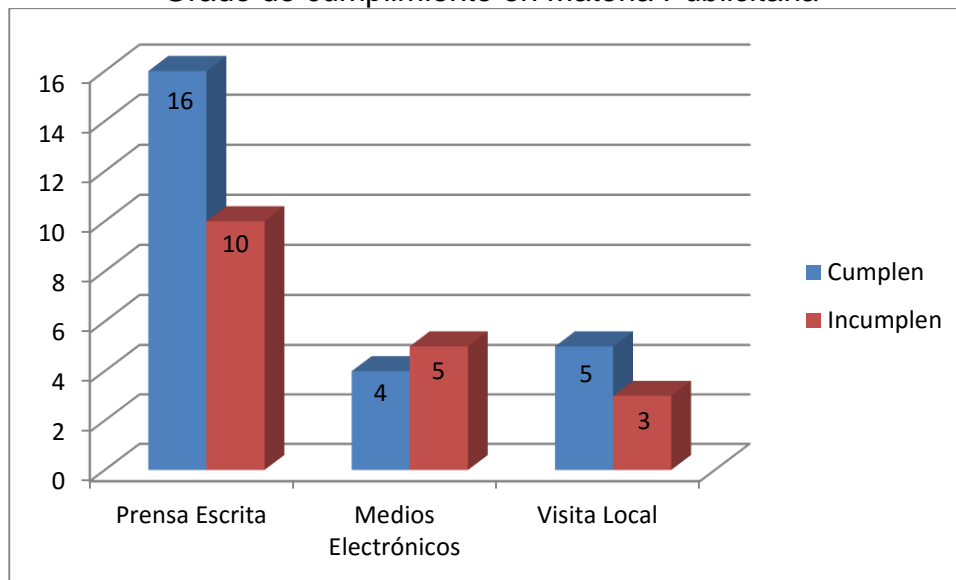
-En cuanto a los anuncios en prensa escrita, es donde se da la mayor cantidad de cumplimientos satisfactorios con un 62%, siendo los incumplimientos en tan solo 10 anuncios de los 26 analizados en la prensa escrita.

-Respecto a los anuncios en medios electrónicos, de los 9 anuncios analizados, se nota un porcentaje mayor en incumplimientos, es decir un 56% de las publicaciones tiene incumplimientos en materia publicitaria según la Ley N° 7472 y su respectivo reglamento, los anuncios con buena aceptación son tan solo 4 de los nueve publicados.

-De las visitas en sitio para la verificación de la publicidad en los ocho locales comerciales, se tiene que el 63% cumple satisfactoriamente con lo indicado en materia publicitaria según la Ley N° 7472 y su respectivo reglamento.

-En términos generales, de los 43 anuncios de los locales comerciales analizados, se determina un grado de cumplimiento de 58%, lo que representa un total de 25 comercios que tienen publicidad satisfactoria de acuerdo a lo que se establece en materia publicitaria.

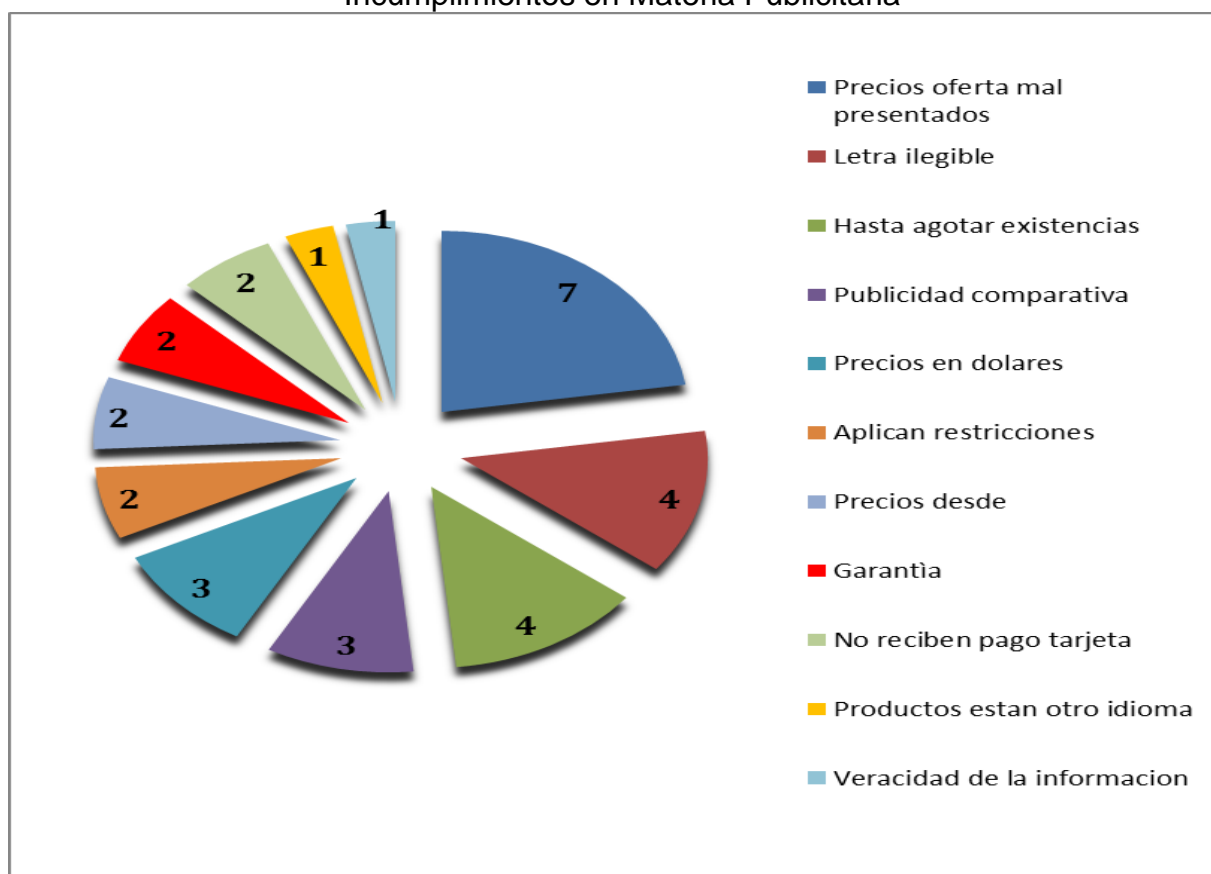
GRÁFICO N°2
DÍA DEL PADRE, JUNIO 2019
Grado de cumplimiento en Materia Publicitaria



Fuente: Fuente: DECVA, Plantillas de análisis publicidad, junio 2019
Nota: un mismo anuncio puede tener uno o varios incumplimientos

Con respecto a los incumplimientos encontrados en los anuncios de este año 2019, se pudo comprobar que uno de los incumplimientos que se está utilizando en la publicidad, es ofrecer los bienes y servicios con precio de oferta o promoción, pero “no se indica el precio anterior y precio actual o el porcentaje” que de aprovecharlas obtendría el consumidor, éste incumplimiento representa un 20% de la totalidad de los anuncios escritos verificados.

GRÁFICO N°3
DÍA DEL PADRE, JUNIO 2019
Incumplimientos en Materia Publicitaria



Fuente: Fuente: DECVA, Plantillas de análisis publicidad, junio 2019
Nota: un mismo anuncio puede tener uno o varios incumplimientos

DATOS HISTORICOS:

Con respecto a los incumplimientos encontrados en los anuncios publicitarios desde el año 2015 hasta el año 2019, se tienen los siguientes cuadros y gráficos:

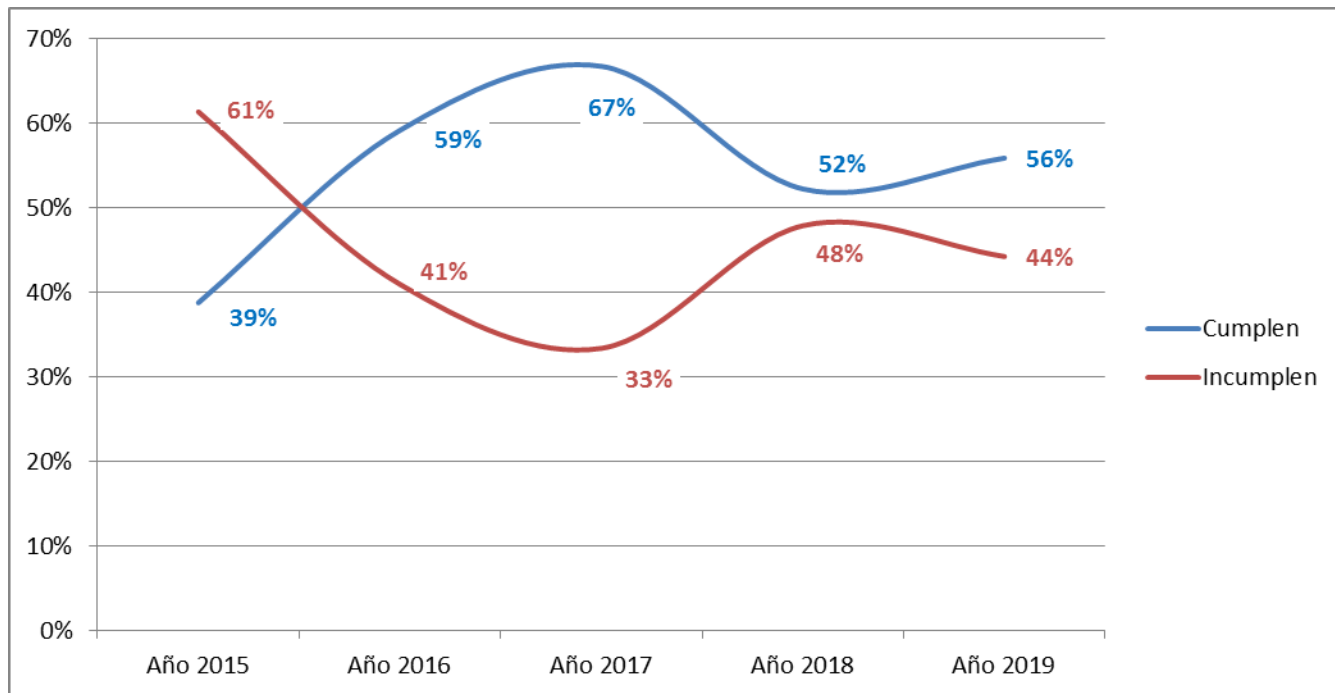
CUADRO N°3
DÍA DEL PADRE
Grado de cumplimiento en Materia Publicitaria
Desde Junio de 2015 hasta Junio 2019

| Estudio | Cantidad | Cumplen | Incumplen |
|----------|----------|---------|-----------|
| Año 2015 | 31 | 12 | 19 |
| Año 2016 | 66 | 39 | 27 |
| Año 2017 | 39 | 26 | 13 |
| Año 2018 | 46 | 24 | 22 |
| Año 2019 | 43 | 24 | 19 |

| Estudio | Cantidad | Cumplen | Incumplen |
|----------|----------|---------|-----------|
| Año 2015 | 31 | 39% | 61% |
| Año 2016 | 66 | 59% | 41% |
| Año 2017 | 39 | 67% | 33% |
| Año 2018 | 46 | 52% | 48% |
| Año 2019 | 43 | 56% | 44% |

Fuente: DEPVM, Plantillas de análisis publicidad, junio 2015 hasta junio 2019

GRÁFICO N°4
DÍA DEL PADRE
Grado de cumplimiento en Materia Publicitaria
Desde Junio de 2015 hasta Junio 2019
(Crecimiento porcentual)



Se desprende de estos datos históricos, que acorde a los comercios seleccionados, el mercado meta, los documentos y medios publicitarios analizados en las diferentes fechas, es notable una evidente mejoría en los datos graficados, pasando de un incumplimiento del 61% de la publicidad analizada en el año 2015 a un porcentaje de incumplimiento del 44% para el año 2019 según los datos expuestos anteriormente. No podemos atrevernos a indicar que el mercado ha mejorado en cuanto a los cumplimientos en lo que respecta a la materia de publicidad según la ley N°7472 y su reglamento, puesto que las muestras tomadas no son representativas para la totalidad del mercado nacional.

VI. CONCLUSIONES

En la verificación de la publicidad del Día del Padre en el mes de Junio de 2019, en los medios de prensa escrita, medios electrónicos y visitas en sitio, se tiene:

-El mayor impacto porcentual de incumplimiento en materia de publicidad según la Ley N°7472 y su reglamento, se observa en los medios electrónicos (correo, redes sociales, sitios web) analizados, con un porcentaje de incumplimiento del 56%, si bien es cierto, la cantidad absoluta analizada corresponde a 9 anuncios publicitarios bajo este concepto con apenas 4 de ellos con un cumplimiento satisfactorio.

-El mayor impacto porcentual de cumplimientos en materia de publicidad según la Ley N°7472 y su reglamento, se observa en las visitas en el sitio de los locales comerciales con un cumplimiento del 63%, si bien es cierto, se visitaron 8 locales comerciales, con un incumplimiento en 3 anuncios publicitarios del día del Padre.

-Con respecto a los otros años analizados, los incumplimientos en los anuncios se pueden apreciar, que en el año 2017 fue el de menor incidencia de prevenciones, con respecto a los años 2015, 2016, 2018 y 2019.

-Respecto a los datos históricos, se nota una mejoría porcentual en el cumplimiento en materia publicitaria acorde a la Ley N° 7472 y su reglamento, ya que en el periodo 2019 se nota una leve tendencia hacia el cumplimiento de la ley, esto acorde a los datos seleccionados, el mercado meta, y las respectivas muestras que sin embargo no son representativas a nivel nacional.

- Se tramitaron un total de 19 prevenciones en materia de información en la publicidad, por anuncios en periódicos, en las páginas de internet de las empresas, redes sociales y por las visitas realizadas a los establecimientos comerciales verificadas, las cuales presentaron incumplimientos. De las 19 prevenciones, han cumplido con lo que se les previno un 100% de las empresas.

El MEIC continuará vigilante en este tipo de ofertas y seguirá alerta, para que se corrija la información que se publica en los diferentes medios escritos, y que los establecimientos

indiquen en sus locales comerciales, información clara y veraz, con el objetivo de que no se induzca a engaño u error al consumidor.

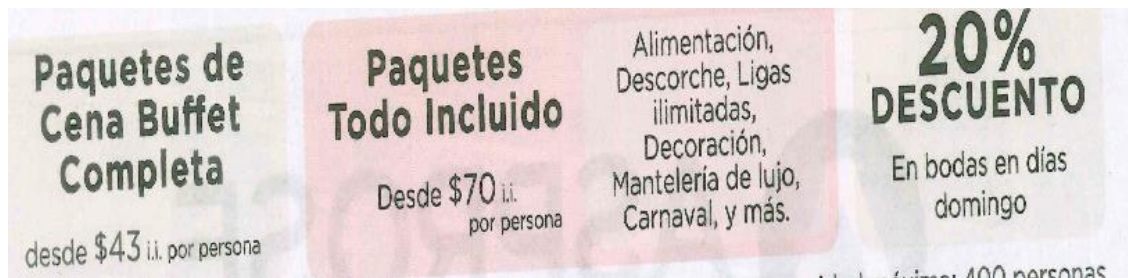
EJEMPLOS DE PUBLICIDAD QUE INCUMPLE

HASTA AGOTAR EXISTENCIAS

Si el establecimiento cuenta con pocas unidades debe indicar en su publicidad la cantidad de existencias que tiene, como lo indica el artículo 113 del reglamento a la Ley 7472

VÁLIDO TODO EL MES DE JULIO 2019. HASTA AGOTAR EXISTENCIAS. APLICAN RESTRICCIONES. PRECIOS INCLUYEN IMPUESTO DE VENTAS

LOS PRECIOS DE LOS SERVICIOS SIN IMPUESTOS INCLUIDOS



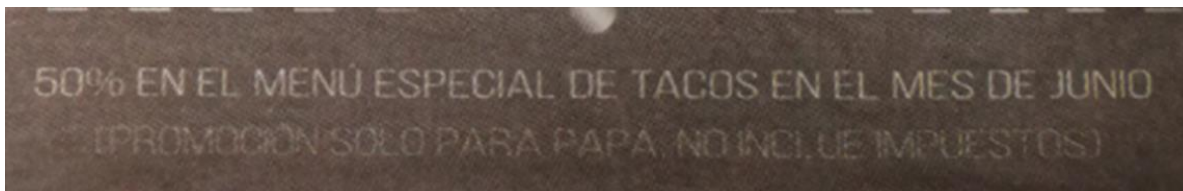
ARTICULOS QUE DICEN: SUPER PRECIO

Incumple con el artículo 116 del reglamento a la Ley 7472:

Publicidad comparativa



OFERTAS QUE SOLO DICE: 50% EN MENU ESPECIAL Y SIN IMPUESTO



**TERMINOS DE GARANTIA QUE INCLUMPE:
ARTICULO 43 DE LA LEY 7472 Y 103 DEL REGLAMENTO A LA LEY 7472 EN LO
QUE SE REFIERE A GARANTIA**

