Ministerio de Economía, Industria y Comercio

Dirección de Apoyo al Consumidor
Departamento de Educación al Consumidor y Ventas a Plazo
Teléfono: (506) 2549-1400

Dirección de Apoyo al Consumidor
Departamento de Educación al Consumidor y Ventas a Plazo

DECVP-INF-814-2018

VERIFICACIÓN DE PUBLICIDAD

VIERNES NEGRO

Noviembre 2018

María Esther Caravaca Fray
Revisado Kattia Chaves

INTRODUCCIÓN

El Ministerio de Economía, Industria y Comercio, a través de la Dirección de Apoyo al Consumidor, por medio del Departamento de Educación al Consumidor y Ventas a Plazo, realizó una fiscalización para comprobar el cumplimiento de la Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor (Ley 7472), y su Reglamento Decreto Ejecutivo Nº 37899-MEIC, en la publicidad e información que se brindó al consumidor durante el llamado "Viernes Negro o Black Friday" y tomar así las medidas correctivas de manera inmediata.

Se revisaron anuncios durante el mes de noviembre del 2018 que informaban ofertas especiales previas al "viernes negro", entre ellos: supermercados, ópticas, mueblerías, redes sociales, ferreterías, tiendas, entre otros.

Viernes Negro:

- Se enviaron 572 misivas informativas a comercios independientes y de cadena, mediante las cuales se les recordó la normativa aplicable en materia de publicidad y ofertas especiales.
- Se analizaron 64 anuncios publicitarios de los cuales se detectó que 09 ellos incumplía con alguno de los aspectos establecidos en la ley o el reglamento.
- Se visitaron 25 direcciones electrónicas de publicidad, para comprobar que estuvieran cumpliendo, 3 de los cuales incumplían.

II. OBJETIVO

Analizar el cumplimiento de la Ley Nº 7472 y su Reglamento, Decreto Ejecutivo Nº 37899-MEIC, en anuncios de periódico y publicidad en direcciones electrónicas, alusivas al viernes negro en materia presentación de la información en ofertas y publicidad engañosa.

III. LEGISLACION APLICABLE

Ley 7472, los siguientes artículos:
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:
En el Reglamento a la Ley 7472 nos dice
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.

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.

Artículo 94.—**Sobre los precios al contado**. En el caso de los bienes, deberá indicarse el precio al contado al menos en el empaque, el recipiente, el envase, la etiqueta del producto, la góndola o el anaquel del establecimiento. (…) En ambos casos, deberá indicarse el precio al contado en la publicidad, cuando esta tenga por objeto promocionar la venta de bienes o servicios determinados.

Artículo 96.-**Sobre la venta de bienes y prestación de servicios bajo sistemas de financiamiento o a crédito (…)** En la publicidad de dichos bienes, deberá indicarse al menos el precio de contado, el plazo expresado en meses, la tasa efectiva y el monto total a pagar al cabo del plazo.

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.

Si la promoción u oferta está sujeta a limitaciones o restricciones de cualquier índole, así se deberá indicar en la publicidad.

Artículo 113.- **Reglas de aplicación a la oferta, la promoción y la publicidad** (…)
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.

Reglamento de tarjetas de crédito y débito, N° 35867-MEIC. En su **CAPÍTULO VI respecto a 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 la revisión de anuncios publicitarios:

1. Información sobre precios
2. Información de precios con los impuestos incluidos
3. Información de los precios cobrados en dólares, indicar la referencia del Banco Central de Costa Rica
4. Información sobre precios de oferta correctamente (precio anterior y actual o beneficio)
5. Información de cantidades en el caso de existencias limitadas
6. Fecha de vigencia de la promoción
7. Información sobre las restricciones
8. Sistemas de financiamiento (artículo 96 del reglamento)
9. Claridad de la información que no induzca a error: por ejemplo, fotos con carácter ilustrativo.

V. METODO DE TRABAJO

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

- **Primera etapa**:
  Previo al viernes negro se revisaron anuncios alusivos al viernes negro 2018 y el viernes negro.

- **Segunda etapa:**
  Si se detectó incumplimientos en materia de información, se enviara mediante oficio de prevención a las oficinas centrales del comercio.

- **Tercera etapa**:
  Análisis de la publicidad
  Elaboración de base de datos con información de los diferentes incumplimientos encontrados tanto en la publicidad.

- **Cuarta etapa**:
  Redacción del informe final.

VI. RESULTADOS

Análisis de la publicidad

Se revisaron un total de **64** anuncios en prensa escrita, que incluye los siguientes medios La Nación, La Teja, El Financiero, La República y La Extra; 25 de direcciones electrónicas.

De la totalidad de la publicidad, 64 anuncio analizado se determinó que el 86% (55 anuncios) no presentaron ningún incumplimiento en materia de información al consumidor, mientras que el 14% (09) presentaron incumplimientos.

Cuadro 1:

Nivel de cumplimiento de los anuncios analizados en materia de ofertas y promociones. "Viernes Negro", 2018

NIVEL CUMPLIMIENTO	Absoluto	Porcentual %
Cumplen	55	86
Incumplen	9	14
Total	64	100

Fuente: Plantilla revisión publicidad, DECVP, noviembre 2018

Cuadro 2

Anuncios revisados en viernes Negro
Años 2015 al 2017
Porcentual

Nivel de cumplimiento	2015	2016	2017	2018
Cumplen	65%	71%	76%	86%
No cumplen	35%	29%	23%	14%
Total	100%	100%	100%	100%

Fuente: Plantilla revisión publicidad, DECVP, noviembre 2018

Como se desprende del cuadro anterior, el nivel de cumplimiento de los anuncios analizados en materia de ofertas y promociones de Viernes Negro en el periodo del 2015 al 2017 comparado con el año 2018, se denota un incremento en el cumplimiento de la normativa.

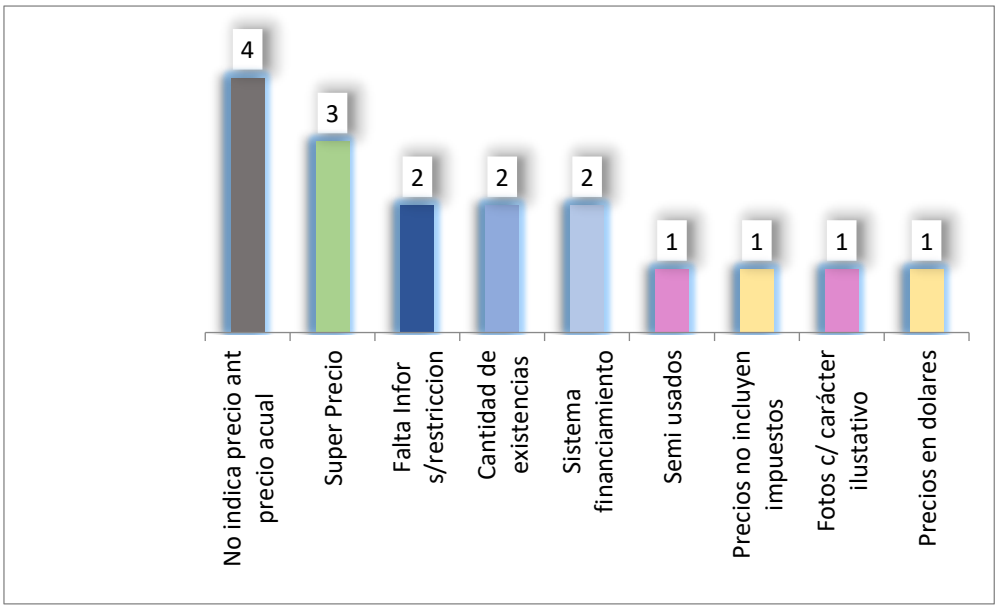
A continuación, se presenta el cuadro 3, en el que se totaliza la cantidad de anuncios analizados de los años 2014, 2015, 2016 y 2017. En comparación con el año 2015 se revisaron anuncios viernes Negro y se realizaron visitas a establecimientos comerciales con anuncios alusivos al viernes negro; en el 2017 la metodología varió, solo se verificaron anuncios publicitarios del viernes negro sin visitas a establecimientos.

Cuadro 3
Anuncios revisados en viernes Negro
Números absolutos

Años	Total anuncios analizados
2015	80
2016	62
2017	41
2018	64

Fuente: Plantilla revisión publicidad, DECVP, noviembre 2018

Gráfico 1:
Incumplimientos de los
Anuncios analizados Viernes Negro 2018



Fuente: Plantilla revisión publicidad, DECVP, noviembre 2018

Seguidamente referimos algunos de los ejemplos analizados.

Un incumplimiento encontrado es **"OFERTON" "SUPER PRECIO"** pero no indica porque es súper precio y ofertón, sin que se encuentre información del porqué se utiliza este tipo de concepto para acentuar el tipo de oferta y dar a entender al público consumidor que es mejor que otras en el mercado, porque ofrece mejores precios.

<u>Ejemplos</u>

<u>"OFERTON"</u>

“SUPER PRECIO”

En este ejemplo también se refiere a que son “Súper precios” lo que se ofrece al consumidor, sin que medie una justificación objetiva para que este entienda porqué es un super precio. No indica el precio anterior, el actual o el beneficio que el consumidor obtendría al adquirir este bien.

Según el **Artìculo 116** del Reglamento a la Ley 7472, la publicidad comparativa tiene que ser demostrada, indicándose los datos o las fuentes que justifiquen las declaraciones comparativas.

“Aplican restricciones”:

Pero no indica donde las puede ver o revisar el consumidor

Podemos observar que esta publicidad incumple con dos artículos del reglamento a la Ley 7472:

ARTÍCULO 115 INCISO A)

ARTÍCULO 112 APLICAN RESTRICCIONES

Otro Ejemplo:

Precios de Oferta

No indica el precio anterior o el beneficio, ni hacemención de porqué es una "promoción"

Solo indica un precio

Publicidad omisa en cuanto la justificación de porqué es un "Súper Precio"

VII

Acciones tomadas

- Se enviaron 572 misivas informativas a comercios independientes y de cadena, en la que se les recordó la normativa aplicable en materia de publicidad y ofertas especiales.
- Se analizaron 64 anuncios publicitarios viernes negro de los cuales 55 cumplían y a 9 establecimientos se les realizarán las prevenciones correspondientes.
- Dentro del análisis realizado, 25 anuncios publicitarios corresponden a las redes sociales y de su análisis se determinó que 23 cumplían y que 2 incumplían, por lo que se les enviarán las prevenciones necesarias para procurar su ajuste a la normativa.

VIII

Consejos

- Revise las ofertas que le ofrece el mercado, escoja de acuerdo con sus necesidades.
- Los precios de las ofertas deben indicar el precio anterior y el precio actual, para que usted pueda verificar el beneficio.
- Sea organizado y anote todo lo que gasta.
- Revise el plazo de garantía.
- Las ofertas tienen un plazo mínimo de garantía de 30 días hábiles.
- Conserve los comprobantes de compra, para cualquier reclamo.

<u>Elaborado por</u>:
María Esther Caravaca Fray
Kattia Chaves M.

MARIA ESTER CARAVACA FRAY (FIRMA)
Firmado digitalmente por MARIA ESTER CARAVACA FRAY (FIRMA)
Fecha: 2018.12.05 11:30:42 -06'00'

<u>Revisado por</u>.
Kattia Chaves M.

KATTIA CHAVES MATARRITA (FIRMA)
Firmado digitalmente por KATTIA CHAVES MATARRITA (FIRMA)
Fecha: 2018.12.05 11:16:10 -06'00'