

Comunicado de Prensa

Según estudio del MEIC del Día de la Madre

Estrategias de mercado violentan derechos de los consumidores

- Establecimientos incumplen en pagarés.
- Consumidores poseen poca información sobre términos del crédito.
- Discriminación de precios en los artículos, según el género.
- Ofertas incumplen con la información.

San José, 12 de agosto del 2016. Como parte de la celebración del Día de la Madre, los comercios buscan atraer a los consumidores con diversas estrategias de mercado, por lo que el Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC), a través de la Dirección de Apoyo al Consumidor, realizó un estudio de verificación en los planes de crédito que se ofrecen en ventas de electrodomésticos y línea blanca, el cual determinó que en algunos casos se suman los intereses calculados al monto del crédito para constituir la deuda consignada en el **pagaré** y el cual por sí mismo también genera intereses, por lo que se estarían cobrando doblemente intereses.

En algunos casos hay cláusulas no son claras, e inclusive utilizan la información para otros fines, pues se autoriza la utilización de datos personales para uso interno.

En otros pagarés el **cobro de intereses moratorios** es superior al 30% de la tasa pactada para los intereses corrientes, contrario al límite establecido por el Código de Comercio.

A estas prácticas se unen la aplicación de una tasa “flat” que consiste en sumar el total de intereses que pagaría el consumidor al final de la deuda al principal y dividirlo por el número de cuotas lo que impide al consumidor tener un adecuado control de la deuda y el monto real adeudado en caso de desee prepagarla.

El estudio que se realizó el 5 y 9 de agosto en 9 establecimientos en San José, Alajuela y Heredia, analizó la información que se presenta en las “colillas” de los artículos, y documentos asociados al crédito como pagaré, recibos y detalles de compra.

Al formalizar un crédito, los consumidores se encuentran con información dispersa en la factura, el pagaré y detalles de compra, cuando lo correcto es que se contemple todo en un solo documento.

Dentro de las acciones tomadas se encuentran nueve prevenciones y tres denuncias en trámite. Es importante recordar que las empresas se exponen a una multa que va de los ¢2,529,000 hasta ¢10,116,000.

“El Ministerio de Economía, ha realizado un esfuerzo por visibilizar estas prácticas que afectan al consumidor, pues no le permite comparar en el mercado las mejores alternativas de financiamiento y por otro lado, con la promesa de una cuota baja se le obliga a firmar una serie de documentos y garantías, con lo que termina exponiéndose a pagar sumas exorbitantes”, dijo Welmer Ramos, ministro de Economía.

Tasa rosa

Por primera vez, se incorporó un estudio exploratorio sobre la Tasa Rosa, la cual consiste en un fenómeno que realiza un aumento de precios en los artículos, destinados a mujeres. De ahí la diferenciación que hacen las compañías al lanzar productos en versión para mujer donde influyen aspectos como: mercadeo, demanda, diferenciación, innovación, necesidades y hábitos personales.

Este análisis se realizó en San José y Heredia el 5 y 8 de agosto y determinó que algunas compañías elevan los precios de los productos creando presentaciones dirigidas a mujeres, pero con características idénticas o sumamente similares a las que tiene el producto en su versión común. Por ejemplo, se encontró una misma marca de rasuradora cuya versión dirigida a la mujer tiene un precio de ¢5310 y en su versión para hombre de ¢4095.

Sin embargo, algunos productos aunque sean equivalentes, pueden contar con una diferenciación justificada por concepto de ingredientes y composición, sin embargo, esto no aplica para la mayoría.

Incumplimientos en publicidad

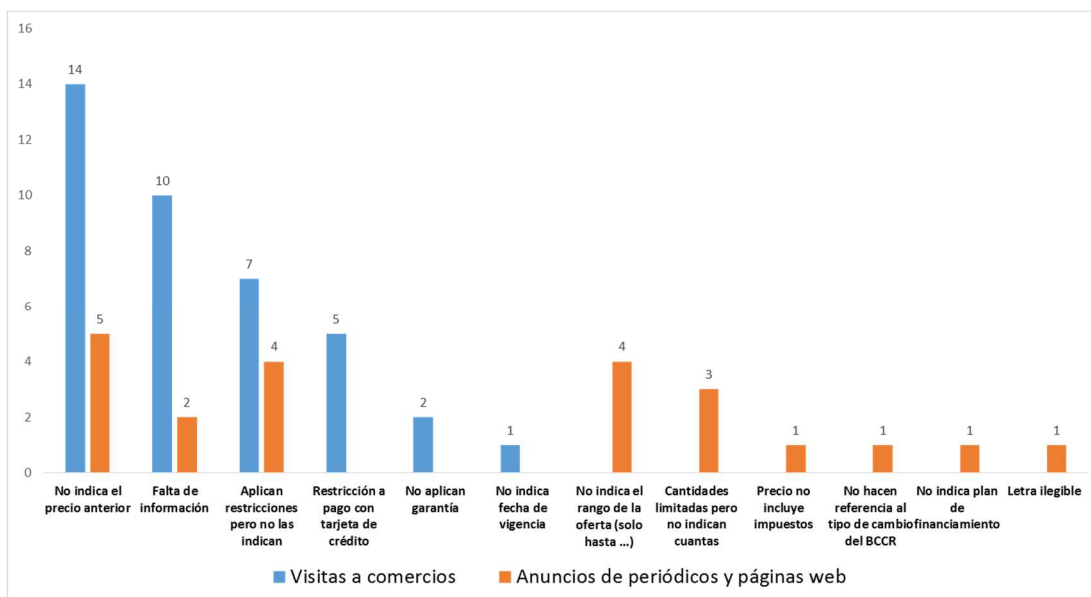
Asimismo, el estudio incluyó una verificación de publicidad en puntos de venta, periódicos y medios electrónicos del 26 de julio al 03 de agosto, en 63 comercios, 7 anuncios en periódicos y 19 medios electrónicos, donde se analizaron variables como garantía, cantidad de existencias, veracidad y claridad de la información, precios en dólares y precio anterior con precio de oferta o el beneficio.

Resultados de verificación

Verificación en:	Cumple	Incumple	Total
Visitas a comercios	39	24 *	63
Anuncios publicitarios en periódicos	5	2	7
Anuncios en medios electrónicos	11	8	19

* Del total de incumplimientos en los puntos de venta se realizaron 11 correcciones inmediatas

En cuanto a los incumplimientos detectados se destacan:



A un total de 11 empresas se les solicitó correcciones inmediatas y se encuentran en trámite 23 prevenciones.

La información completa se encuentra disponible en el sitio web www.meic.go.cr en el área de estudios,

Oficina de Relaciones Públicas y Prensa
 Evelyn Arroyo Santamaría
 Correo-e: earroyo@meic.go.cr
 Tel. 2549 1400 Ext 240