

## Más de 56 mil balboas de multas por faltas a la veracidad de la publicidad

La Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia (ACODECO) ha impuesto 92 multas a diferentes agentes económicos por infracciones a las normas de publicidad, contenidas en la Ley 45 de 31 de octubre de 2007.

El administrador de la ACODECO, Oscar García Cardoze, reitera que esta institución sancionará toda falta contra la veracidad de la publicidad y que las denuncias que reporten los consumidores son debidamente atendidas.

El total de las multas aplicadas en primera instancia, desde enero de este año hasta el 9 de marzo, según el 'Tablero de Multas' es de B/.56,300.00. Entre los principales motivos de estas sanciones, se destacan anomalías en la duración de la promoción u oferta (anuncios sin las fecha de inicio y finalización de la promoción); anuncios con doble precio más porcentaje; publicidad engañosa o no veraz y la falta de información en los cintillos publicitarios.

Es importante recordar que sobre las ventas especiales, también conocidas como baratillos, liquidación, descuento, rebajas o cualquier otro nombre que induzca al consumidor a comprar, dando a entender

que su precio regular ha sido rebajado, esta información deberá indicarse, en lugar visible del establecimiento comercial, el precio más bajo en que dicho artículo haya sido vendido por el establecimiento en los últimos tres meses y el nuevo precio o sea el de oferta.

La publicidad relativa a las ofertas, promociones, rebajas, descuentos, etc., deberá indicar su duración o el número mínimo de unidades que se ofertan. En caso contrario está obligado a proporcionar a los consumidores que lo soliciten los productos ofertados en las condiciones señaladas. Si no se indica o señala la duración de la oferta se entenderá que está obligado a entregar el bien o servicio al consumidor hasta que se comunique por el mismo medio la finalización de la venta especial.

Los funcionarios de la ACODECO cuando verifican estas promociones dentro de las diferentes tiendas del comercio nacional, lo primero que

observan son los banners que anuncian sí el baratillo es total o parcial. De indicarse que el baratillo es total toda la mercancía dentro de la tienda debe estar rebajada y de ser parcial se debe indicar claramente a los consumidores el área de la tienda que tiene mercancía ofertada, la cual tiene garantía.

### Veracidad de la Publicidad

<b>Almacén de ropa y calzados</b>	32	20,400.00
<b>Almacén por departamentos</b>	14	8,400.00
<b>Zapaterías</b>	9	5,400.00
<b>Perfumería</b>	8	4,800.00
<b>Celulares</b>	6	3,600.00
<b>Distribuidoras e importadoras</b>	3	1,800.00
<b>Electrodoméstico/Equipos electrónicos</b>	2	1,200.00
<b>Joyería/relojería</b>	2	1,200.00
<b>Otras</b>	2	1,200.00
<b>Salón de belleza</b>	2	1,200.00
<b>Venta de colchones</b>	2	1,200.00
<b>Hoteles o planes vacacionales</b>	1	1,000.00
<b>Internet</b>	1	600.00
<b>Restaurantes/Fondas</b>	1	600.00
<b>Materiales de construcción</b>	1	600.00
<b>Mueblería (solo muebles)</b>	1	600.00
<b>Mueblería / equipo electrónico</b>	1	600.00
<b>Ópticas</b>	1	600.00
<b>Farmacias</b>	1	600.00
<b>Gimnasio</b>	1	600.00
<b>Clínica/hospitales</b>	1	100.00
<b>TOTAL</b>	<b>92</b>	<b>56,300.00</b>