

Previo al día del Padre, ACODECO pone en marcha operativo de verificación de publicidad

Con 211 casos, la principal anomalía encontrada en diversos establecimientos por el Departamento de Veracidad de la Publicidad, de ACODECO, de enero a abril de 2018, ha sido la falta de información precisa en las promociones que se presentan en almacenes, tiendas por departamentos y similares agentes económicos, ordenando por consiguiente la rectificación de estos avisos plasmados en rótulos, afiches y habladores.

El administrador general de la ACODECO, Oscar García Cardoze, precisó que la entidad ya inició el operativo de ventas especiales por el Día del Padre –que en Panamá se conmemora el tercer domingo de junio– con la correspondiente verificación de la publicidad en los distintos establecimientos a nivel nacional. El Administrador general dijo que las multas inician en B/. 600.00 dado que ya la Ley tiene varios años y aún se siguen encontrando las mismas faltas en los comercios.

Estas faltas en específico, han sido en primer lugar, por la carencia de las fechas de duración. La frase “por tiempo limitado”, “solo por hoy” -pero al día siguiente igual rótulo permanece- no son válidas como parte de la publicidad que se debe brindar a los consumidores para tener certeza del periodo de las promociones.

Un movimiento importante en la economía panameña, significa el hecho que el Día del Padre haya coincidido con la XXI Copa Mundial de Fútbol, lo que podría incrementar la venta de electrodomésticos, especialmente televisores y otras soluciones multimedia, de lo cual el consumidor debe exigir la garantía.

En lo que va de enero a junio 2018, se han impuesto 280 multas en primera instancia, por un monto de B/ 246,650.00. De esta cifra, 59,400.00 corresponden a almacenes de ropa y calzados, así como por departamentos, por una cuantía de B/ 31,600.00.

En comparación a igual periodo de 2017, las cifras han aumentado, ya que en ese entonces fueron 220 las sanciones por un total de B/. 160,340.00, para ser el segundo renglón que más multas se generan por parte de los agentes económicos.

Otra de las imprecisiones, que deben ser evitadas por las empresas en este tipo de ventas, se refiere a las cantidades indefinidas a ofertar, el no informar claramente si las ventas con descuentos son totales o parciales y la ausencia de los precios regulares y en oferta.

La Autoridad está presta a asesorar a cualquier agente económico que así lo requiera, para evitar inconsistencias en la presentación de la publicidad.