

OPERATIVOS

Veracidad de la publicidad, realiza anualmente diferentes actividades entre las que se encuentran operativos especiales, esto con el fin de poder verificar que lo anunciado a través de los diferentes medios que utilizan sea veraz.

Desde el mes de enero a Septiembre de 2009, se han realizado operativos como:

- ❖ **Verificación de Ventas Especiales** (Ofertas, descuentos, rebajas, baratillos, liquidaciones entre otros tipos de ventas especiales).



- ❖ **Escolar**, se realiza previo a la entrada a clases, ya que son muchos los comercios que han adoptado la práctica de realizar promociones, con el fin de atraer a los consumidores. Las ventas especiales propicias de esa fecha más que todo van enfocadas a otorgar un obsequio por la compra de un artículo escolar.



- ❖ **Día del Padre**, por ser medio año y la celebración de una fecha especial, los agentes económicos aprovechan esa celebración para promover los productos y artículos, por lo que se genera gran cantidad de ventas especiales.
- ❖ **Cine**, el operativo se realiza con el fin de poder verificar que se cumpla con la película anunciada y la hora de inicio de la misma y las promociones que muchas salas realizan, como los medio precio o precios especiales en un día específico.
- ❖ **Operativo III Tercer Mes**, una fecha donde la mayoría de los comercios realizan una venta especial para liquidar la mercancía que tienen en existencia y poder ir poniendo a la venta la mercancía de fin de año. Es una época que se aprovecha a cabalidad, debido a que las personas cobran parte de la partida del III Tercer Mes, por lo cual el movimiento del mercado es mayor, hay un mayor auge de compra.
- ❖ **Publicidad Exterior**, con el fin que se cumpla con lo anunciado en la publicidad y que se le brinde toda la información clara y veraz al consumidor, Veracidad de la Publicidad, también verifica la publicidad exterior, que comúnmente se le conoce como vallas publicitarias, las cuales vemos en las diferentes avenidas, la giganografía que hoy día vemos alrededor de diferentes proyectos inmobiliarios y los muppi, que se encuentran en las paradas de buses. Está publicidad es analizada por un grupo de expertos en la materia, para poder definir si cumplen o no con lo que establece la Ley 45 en materia de veracidad de la publicidad.



- ❖ **Entidades Bancarias y Financieras**, Se ha realizado operativo en el sector bancario y financiero, por lo cual se procede a recabar la información publicitaria que tengan a disposición de los consumidores, la cual es de igualmente analizada y de encontrar anomalías está debe ser rectificada.

SUSPENSIÓN Y RECTIFICACIÓN DE LA PUBLICIDAD

La Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia a ordenado a diferentes agentes económicos la suspensión y rectificación de la publicidad, por infringir las normas de veracidad de la publicidad.

De enero al 16 de septiembre de 2009, se ha dado la orden de suspensión y rectificación a 217 agentes económicos por los siguientes motivos:

- Aplican restricciones: cuando utilizan está frase, se omite información importante y más que todo es utilizada a las ofertas y promociones
- Cintillos no legibles
- Falta de información
- Hasta agotar existencias
- No indican la fecha de duración o las unidades mínimas a ofertar
- Publicidad confusa
- Remisión a otra fuente.

177 agentes acataron la orden dada, suspendiendo y rectificando la publicidad y 40 no, por lo cual se les sigue un proceso .

Esas suspensiones aplican a medios como tv, radio y prensa.

Verificaciones de Mercado, hasta el 31 de agosto de 2009, en cuanto a los siguientes temas:

1. Oficio
2. Denuncias
3. Quejas

Total 62, casos

En cuanto a las verificaciones de Ventas Especiales, hasta el 31 de agosto de 2009, se han verificado un **Total 185.**