

Reglamento Protector de los Consumidores

Por: Pedro Meilán – Administrador de ACODECO

La Ley 45 de 2007 fue reglamentada mediante el Decreto Ejecutivo No.46 de 23 de junio de 2009, que comenzará a regir el próximo 25 de octubre de 2009.

A través de esta reglamentación se ordena la aplicación de las disposiciones contenidas en la Ley de Protección al Consumidor, a través de medios prácticos. Entre los aspectos más relevantes figura la disposición que establece la garantía mínima legal de tres meses, salvo que se pacte una garantía inferior dependiendo de la naturaleza o el precio del bien. Con esta disposición se resuelve la reglamentación de esta materia, la cual plantea una dificultad debido a la diversidad de bienes que en el comercio se ofertan, además de su precio, consideraciones que inciden en el período de la garantía.

En lo que respecta a la garantía en el servicio de reparación, se establece que el proveedor deberá otorgar una garantía de 30 días, y en caso que el servicio no se brinde en términos de eficiencia, o si se evidenciaren deficiencias o defectos, entonces quedará obligado a brindar el servicio nuevamente, dentro de los 15 días siguientes, sin costo para el consumidor, o bien, devolver las sumas pagadas por éste.

Las disposiciones que mayor repercusión tendrán en el mercado a favor de los consumidores, serán aquellas relacionadas a la materia de la veracidad de la publicidad. Al respecto se establece que las condiciones o circunstancias que determinen la aplicación de ofertas, rebajas o descuentos, deberán contar con una dimensión mínima de 1.8 milímetros de altura, con buen realce, visibilidad y destaque; también se establece como prohibición expresa, la realización de publicidad o propaganda respecto de productos “milagrosos” a los que se atribuyen efectos, que no estén acreditados mediante estudios científicos que avalen los postulados y que no cuenten con certificación de idoneidad.

En el caso de las ventas especiales, debe indicarse el nuevo precio junto al menor precio que el bien hubiere sido vendido dentro de los 3 meses anteriores, lo cual deberá expresarse en caracteres de similar tamaño, con buen realce y visibilidad. Si se tratare de una venta especial por porcentaje, se deberá indicar el precio y el porcentaje a rebajar, es decir, el precio indicado se entiende que no cuenta con el porcentaje descontado; cuando los bienes se oferten en conjunto, bastará con la indicación genérica del descuento aplicable, es decir, sin necesidad que conste individualmente. La revocación de la oferta será eficaz en la medida que sea difundida por medios similares a los empleados para su difusión.

En lo que respecta a las aclaraciones de la publicidad, entendiéndose por esta los cintillos o llamados de atención, los mismos deben ser proporcionales al resto del anuncio, y deberá durar como mínimo, la mitad del tiempo que dura la publicidad televisiva. En el caso de la radio, las aclaraciones deberán colocarse al final de la pauta publicitaria y a la misma velocidad.

Si procede la rectificación de la publicidad, el anuncio publicitario indicará de manera expresa, que la rectificación se efectúa por “mandato de la Autoridad” y el formato, dimensiones, tiempo de duración, forma y oportunidad de la difusión, serán aprobados por la Autoridad.