

Informe de Investigación

Título: Cupones de descuento y otras ofertas especiales

Subtítulo: -

Rama del Derecho: Derecho Comercial	Descriptor: Consumidor
Tipo de investigación: Compuesta	Palabras clave: cupones, ofertas especiales, comercio, consumidor
Fuentes: Normativa, Jurisprudencia	Fecha de elaboración: 09-09

Índice de contenido de la Investigación

1 Resumen	1
2 Normativa	1
LEY DE PROMOCIÓN DE LA COMPETENCIA Y DEFENSA EFECTIVA DEL CONSUMIDOR	1
REGLAMENTO A LA LEY DE PROMOCIÓN DE LA COMPETENCIA Y DEFENSA EFECTIVA DEL CONSUMIDOR	3
3 Jurisprudencia	4

1 Resumen

En el presente informe de investigación se encuentran la normativa que hace referencia a las obligaciones del comerciante cuando es el caso de cumplir con las ofertas especiales, promociones o aplicación de cupones, entendiendo los cupones de descuento

2 Normativa

LEY DE PROMOCIÓN DE LA COMPETENCIA Y DEFENSA EFECTIVA DEL CONSUMIDOR ¹

Artículo 34.- Obligaciones del comerciante (*)

Son obligaciones del comerciante y el productor, con el consumidor, las siguientes:

a) Respetar las condiciones de la contratación.

b) Informar suficientemente al consumidor, en español y de manera clara y veraz, acerca de los elementos que incidan en forma directa sobre su decisión de consumo. Debe enterarlo de la naturaleza, la composición, el contenido, el peso, cuando corresponda, las características de los bienes y servicios, el precio de contado en el empaque, el recipiente, el envase o la etiqueta del producto y la góndola o el anaquel del establecimiento comercial, así como de cualquier otro dato determinante. Si se trata de productos orgánicos, esta condición deberá indicarse en un lugar visible. Además, la etiqueta del producto deberá indicar cuál es el ente certificador.

De acuerdo con lo dispuesto en el Reglamento de la presente Ley, cuando el producto que se vende o el servicio que se presta se pague al crédito, deben indicarse, siempre en forma visible, el plazo, la tasa de interés anual sobre saldos, la base, las comisiones y la persona, física o jurídica, que brinda el financiamiento, si es un tercero.(*)

c) Ofrecer, promocionar o publicitar los bienes y servicios de acuerdo con lo establecido en el artículo 34 de esta Ley.

d) Suministrar, a los consumidores, las instrucciones para utilizar adecuadamente los artículos e informar sobre los riesgos que entrañe el uso al que se destinan o el normalmente previsible para su salud, su seguridad y el medio ambiente.

e) Informar al consumidor si las partes o los repuestos utilizados en reparaciones son usados. Si no existe advertencia sobre el particular, tales bienes se consideran nuevos.

f) Informar cuando no existan en el país servicios técnicos de reparación o repuestos para un bien determinado.

g) Garantizar todo bien o servicio que se ofrezca al consumidor, de conformidad con el artículo 40 de esta Ley.

h) Abstenerse de acaparar, especular, condicionar la venta y discriminar el consumo.

i) Resolver el contrato bajo su responsabilidad, cuando tenga la obligación de reparar el bien y no la satisfaga en un tiempo razonable.

j) Fijar plazos prudenciales para formular reclamos.

k) Establecer, en las ventas a plazos, garantías de pago proporcionales a las condiciones de la transacción.

l) Cumplir con los artículos 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41 y 41 bis de esta ley.

m) Cumplir con lo dispuesto en las normas de calidad y las reglamentaciones técnicas de acatamiento obligatorio.

n) Mantener en buenas condiciones de funcionamiento y debidamente calibradas las pesas, las medidas, las registradoras, las básculas y los demás instrumentos de medición, que utilicen en sus negocios.

ñ) Extender la factura o el comprobante de compra, donde conste, en forma clara, la identificación de los bienes o servicios, así como el precio efectivamente cobrado. En los casos de ventas masivas, se faculta al Ministerio de Economía, Industria y Comercio para autorizar el establecimiento de otros sistemas mediante los cuales se compruebe la compra.

o) Apegarse a la equidad, los buenos usos mercantiles y a la ley, en su trato con los consumidores.

Toda información, publicidad u oferta al público de bienes ofrecidos o servicios por prestar, transmitida por cualquier medio o forma de comunicación, vincula al productor que la transmite, la utiliza o la ordena y forma parte del contrato.

El incumplimiento de alguna de las obligaciones enumeradas en este artículo, faculta al interesado para acudir a la Comisión nacional del consumidor creada en esta Ley, o a los órganos jurisdiccionales competentes y para hacer valer sus derechos, en los términos que señala el artículo 43 de la presente Ley.

(* El inciso b) del presente artículo ha sido reformado mediante Ley No. 8591 de 12 de junio del 2007. LG# 155 de 14 de agosto del 2007.

(* El inciso b) del presente artículo ha sido modificado mediante Ley No. 8542 de 27 de setiembre del 2006. LG# 206 de 27 de octubre del 2006.

(* El presente artículo ha sido modificado mediante Ley No. 7623. LG# 193 de 9 de octubre de 1996.

(* El inciso l) del presente artículo ha sido modificado mediante Ley No. 7854 de 14 de diciembre de 1998. LG# 7 de 12 de enero de 1999.

Artículo 41.- Promociones y ofertas especiales

Toda promoción u oferta especial debe indicar el precio anterior del bien o el servicio, el nuevo precio o el beneficio que de aprovecharlas, obtendría el consumidor.

REGLAMENTO A LA LEY DE PROMOCIÓN DE LA COMPETENCIA Y DEFENSA EFECTIVA DEL CONSUMIDOR ²

Artículo 43.- Deber de brindar información real al consumidor (*)

Es obligación del comerciante informar, clara, veraz y suficientemente, al consumidor, de todos los elementos que incidan directamente en su decisión de consumo, conforme a las disposiciones siguientes. Todos los datos e informaciones al consumidor mencionados en esta norma, deberán estar expresados en idioma español y mediante una tipografía claramente legible, en cuanto a forma y tamaño.

...d) Rectitud en la publicidad y sus efectos

Todos los comerciantes y proveedores de bienes o servicios deben ofrecer, promocionar o publicitar sus bienes y servicios de acuerdo con la naturaleza de ellos sus características, condiciones, contenido, peso cuando corresponda utilidad o finalidad, de modo que no induzca a error abuso o engaño al consumidor. No puede omitirse ninguna información, si de ello puede derivarse daño o peligro para la salud o la seguridad del consumidor.

Toda promoción u oferta especial debe indicar el precio anterior del bien o el servicio, el nuevo precio o el beneficio que de aprovecharlas, obtendría el consumidor y cualquier limitación o



restricción que implique la oferta.

Toda información, publicidad u oferta al público de bienes ofrecidos o servicios por prestar, transmitida por cualquier medio o forma de comunicación, vincula al comerciante que la utiliza o la ordena y forma parte del contrato. No obstante, deben prevalecer las cláusulas estipuladas en los contratos, si son más beneficiosas para el consumidor que el contenido de la oferta, la promoción o la publicidad de los bienes y servicios. Si la promoción u oferta está sujeta a limitaciones o restricciones de cualquier índole, así se deberá indicar en la publicidad.

Al productor o al comerciante que, en la oferta, la promoción, la publicidad o la información, incumpla con las exigencias previstas en este artículo o en el numeral 34 de la Ley, deberá ser obligado por la CNC a rectificar la publicidad, costearla y divulgar la información veraz u omitida, por el mismo medio y forma antes empleados.

3 Jurisprudencia

Junto a este informe se adjuntan las resoluciones 145-08 y 339-02 del Ministerio de Economía Industria y Comercio.



ADVERTENCIA: El Centro de Información Jurídica en Línea (CIJUL en Línea) está inscrito en la Universidad de Costa Rica como un proyecto de acción social, cuya actividad es de extensión docente y en esta línea de trabajo responde a las consultas que hacen sus usuarios elaborando informes de investigación que son recopilaciones de información jurisprudencial, normativa y doctrinal, cuyas citas bibliográficas se encuentran al final de cada documento. Los textos transcritos son responsabilidad de sus autores y no necesariamente reflejan el pensamiento del Centro. CIJUL en Línea, dentro del marco normativo de los usos según el artículo 9 inciso 2 del Convenio de Berna, realiza citas de obras jurídicas de acuerdo con el artículo 70 de la Ley N° 6683 (Ley de Derechos de Autor y Conexos); reproduce libremente las constituciones, leyes, decretos y demás actos públicos de conformidad con el artículo 75 de la Ley N° 6683. Para tener acceso a los servicios que brinda el CIJUL en Línea, el usuario(a) declara expresamente que conoce y acepta las restricciones existentes sobre el uso de las obras ofrecidas por el CIJUL en Línea, para lo cual se compromete a citar el nombre del autor, el título de la obra y la fuente original y la digital completa, en caso de utilizar el material indicado.

- 1 LEY DE PROMOCIÓN DE LA COMPETENCIA Y DEFENSA EFECTIVA DEL CONSUMIDOR. Ley No. 7472 de 20 de diciembre de 1994. Publicado en La Gaceta No. 14 del 19 de enero de 1995

- 2 REGLAMENTO A LA LEY DE PROMOCIÓN DE LA COMPETENCIA Y DEFENSA EFECTIVA DEL CONSUMIDOR. Decreto Ejecutivo No. 25234-MEIC de 25 de enero de 1996. Publicado en Alcance No. 38 a La Gaceta No. 124 de 1 de julio de 1996