



Informe de Investigación

Título: **MARKETING Y DERECHOS DEL CONSUMIDOR**

Rama del Derecho: Derecho Comercial	Descriptor: Derecho del Consumidor
Tipo de investigación: Compuesta	Palabras clave: Marketing, Derechos del consumidor
Fuentes: Doctrina, Normativa	Fecha de elaboración: 02/2010

Índice de contenido de la Investigación

1 Resumen.....	1
2 Doctrina.....	2
a) Artículos en formato pdf:	2
3 Normativa.....	3
a) Reglamento a la ley de promoción de la competencia y defensa efectiva del consumidor.....	3

1 Resumen

En el presente informe se adjuntan los datos correspondientes a los documentos que realizan un análisis del marketing desde el punto de vista de aspectos relacionados a los derechos del consumidor, y que se adjuntan junto con este documento, esto debido a que los archivos se encuentran protegidos en formato pdf, lo cual no permite que sean incorporados a este escrito, adicionalmente se incorporan los artículos que tocan este tema dentro del Reglamento a la Ley de la Promoción de la Competencia y la defensa efectiva del consumidor, dicho sea de paso no existe por el momento jurisprudencia relacionada a estos artículos, de igual forma se adjunta de manera íntegra este Reglamento para su facilitar su estudio.



2 Doctrina

a) Artículos en formato pdf:

Título: Las políticas de protección de los consumidores : distintas escalas territoriales

Autor/es: Feo Parrondo, Francisco

Fecha de publicación: 2001

Editor: Universidad de Alicante. Instituto Universitario de Geografía

Extraído de la página oficial de la Universidad de Alicante. Visitada el 17/02/2010. Disponible en la dirección:

<http://hdl.handle.net/10045/368>

Título: La retirada de una campaña publicitaria para promoción de la vacuna tetravalente del virus del papiloma humano en España

Título alternativo: Withdrawal of an advertising campaign to promote the quadrivalent human papilloma virus vaccine in Spain

Autor/es: Martín Llaguno, Marta, Álvarez-Dardet Díaz, Carlos

Fecha de creación: 2009

Extraído de la página oficial de la Universidad de Alicante. Visitada el 17/02/2010. Disponible en la dirección:

<http://hdl.handle.net/10045/12696>

Título: Los sistemas de autorregulación como mecanismos de control de la publicidad de tabaco : evaluación mediante análisis empírico

Autor/es: Martín Llaguno, Marta, Quiles Soler, María del Carmen, López Sánchez, María del Carmen

Fecha de creación: 6-May-2003



Extraído de la página oficial de la Universidad de Alicante. Visitada el 17/02/2010. Disponible en la dirección:

URI: <http://hdl.handle.net/10045/2325>

3 Normativa

a) Reglamento a la ley de promoción de la competencia y defensa efectiva del consumidor

[PODER EJECUTIVO]¹

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

Artículo 21.- Criterios para la regulación de precios mediante modelos de costos o precios fijos a bienes de producción nacional.

En los modelos de costos o fijación de precios de bienes de producción nacional, serán considerados, los siguientes costos, según corresponda:

a) Costos directamente relacionados con la producción: materia prima nacional o importada, materiales de empaque incluyendo etiquetas, envases de todo tipo, excepto aquellos sobre los cuales se deja depósito, mano de obra incluyendo cargas sociales, energía eléctrica, agua, combustibles para plantas energéticas, lubricantes, reparación y mantenimiento de maquinaria y equipo de producción, depreciación de activos, seguros de incendio, gastos de laboratorio para control de calidad, alquileres sobre edificios y maquinaria de producción, impuestos territoriales y municipales.

b) Otros costos: gastos de administración, gastos financieros, gastos de mercadeo y publicidad razonables y gastos de distribución.

Tratándose de materias primas importadas, si hubiere duda en cuanto a su precio real se tomarán como referencia los precios internacionales.

Asimismo, deberán tomarse en cuenta las variaciones que incidan en el precio de venta, provenientes de cambios en los impuestos que recaigan sobre la producción, distribución y consumo de los bienes.



Cuando los costos antes señalados no estén estrictamente relacionados con la producción del bien o servicio de que se trate, la Administración Pública podrá rechazarlos total o parcialmente.

Artículo 22.- Criterios para la determinación del porcentaje máximo de utilidad bruta.

Para fijar porcentajes máximos de utilidad bruta se tomarán en cuenta los siguientes aspectos en relación con el bien de que se trate:

- a) El bien o los bienes en sí, su naturaleza, necesidad, duración, destino y rotación de inventarios.
- b) El mercadeo, canales de distribución y áreas de distribución.
- c) El consumidor propiamente dicho; niveles socioeconómicos y consumo generalizado del bien.
- d) El tipo de mercado de producción o comercialización de los bienes.

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.

FUENTES CITADAS

1 PODER EJECUTIVO. 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