

COMISIÓN NACIONAL DEL CONSUMIDOR
Voto 696-17

Comisión Nacional del Consumidor a las doce horas cincuenta y cinco minutos del doce de septiembre del dos mil diecisiete

Denuncia interpuesta por **XXXX**, cédula de identidad **XXXX**, contra **Bomba Santa Teresita, S.A.**, cédula jurídica **XXXX**, propietaria del negocio comercial “**Estación de Servicio Santa Teresita**”; por supuesta publicidad engañosa y falta de información, según lo establecido en los artículos 34 incisos b) y 37, de la Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor (7472), del 20 de diciembre de 1994.

RESULTANDO

PRIMERO: Que mediante escrito recibido el veintidós de dos de julio de dos mil catorce, el señor **XXXX** interpuso formal denuncia contra **Bomba Santa Teresita, S.A.**, propietaria del negocio comercial “**Estación de Servicio Santa Teresita**”, argumentando en síntesis que: “(...) *en vista de la publicidad que realizan de la rifa de un vehículo a quienes compren más de diez mil colones en combustible, le dan un cupón para participar en la rifa de un vehículo FIAT SIENNA 2015. (...) Me presente a aprovechar esa promoción y cargue 10500 colones en gasolina y me entregaron el tiquete de caja SIN NUMERO, solo fechado 22 de junio de 2015, (...) El cupón de la promoción dice que debe ir con el número de factura, le pregunte al pistero y me dijo que no tenían y que con solo el cupón (...) Nuevamente me presente el 24 de junio y cargue nuevamente diez mil colones y cuando solicite la factura me entregaron la numero 1804 (...) Revisando el cupón de participación con más detalle, mi esposa observa que no tiene fecha del sorteo e ingresa al Facebook para revisar el reglamento el cual no aparece en ninguno de los dos sitios que menciona en el cupón a (...)*” (archivo “**HECHOS FIRMADOS**”). Aporta como prueba los documentos que se encuentran visibles en el expediente administrativo digital.

SEGUNDO: Que mediante auto de las once horas con veinte minutos del diez de agosto de dos mil dieciséis, dictado por la Unidad Técnica de Apoyo de esta Comisión, actuando como órgano director, se dio inicio al procedimiento administrativo ordinario, por supuesta infracción a los artículos 34 incisos a), b), c), g) y l) y 37, 41 y 43 de la Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor (7472), el cual fue debidamente notificado a ambas partes (archivo “**2015-1328**”).

TERCERO: Que la comparecencia oral y privada prevista en el artículo 309 de la Ley General de la Administración Pública (LGAP), se realizó a las nueve horas del

veintinueve de noviembre de dos mil dieciséis, con la participación de ambas partes (archivo “2015-1328” – grabación digital).

CUARTO: Que durante la audiencia, la Licda. XXXX, abogada de **Bomba Santa Teresita, S.A.**, propietaria del negocio comercial “**Estación de Servicio Santa Teresita**”, opuso las excepciones de falta de derecho y falta de interés actual (min 29:20 y min. 29:27).

QUINTO: Que se han realizado las diligencias útiles y necesarias para el dictado de la presente resolución.

CONSIDERANDO

PRIMERO. HECHOS PROBADOS: Como tales y de importancia para la resolución de este caso, se tiene por demostrado:

1. Que entre el ocho de junio de 2015 y el 25 de marzo de 2016, la empresa **Bomba Santa Teresita, S.A.**, propietaria del negocio comercial “**Estación de Servicio Santa Teresita**”, realizó una promoción, en la cual los consumidores que hicieran una compra en combustible superior a ₡10 000.00 (diez mil colones) exclusivamente en dicho punto de venta, obtenían un cupón para participar en el sorteo de dos vehículos marca Fiat Siena 2015 (archivos “2015-1328-prueba denunciado” “*HECHOS, PERSONERIA JURIDICA, FACTURA, CUPONES, BOUCHER, CEDULAS*” y min. 9:12).
2. Que la promoción, referida en el hecho probado anterior, tenía un reglamento, emitido por la accionada (archivo “2015-1328-prueba denunciado” y min. 7:21).
3. Que el denunciante efectuó dos compras de combustible en el local comercial, el 22 y 24 de junio de 2015, superiores a ₡10 000,00 y le fueron entregados dos cupones de participación – 48543 y 47636 –, y en cada uno se establece que el reglamento de la promoción se publicó por Facebook, propiamente en “*SERVICENTRO LABRADOR*” o “*LUCAS OIL COSTA RICA*” (archivo “*HECHOS, PERSONERIA JURIDICA, FACTURA, CUPONES, BOUCHER, CEDULAS*”).
4. Que según el reglamento aportado por la accionada, en sus puntos 6, 13, 48 y 49, la publicación se dio por el Facebook de “*Estación de Servicio Santa Teresita*” (archivo “2015-1328-prueba denunciado” y min. 23:18 y min. 23:43).
5. Que la rifa de uno de los vehículos, objeto de la promoción, se llevó a cabo en el local comercial el 31 de marzo de 2016, donde resultó ganador el Sr. Santiago Campos Gamboa (archivo “2015-1328-prueba denunciado 4”) y min. 15:38).

SEGUNDO. HECHOS NO PROBADOS: De relevancia para el dictado de esta resolución, no se tiene por demostrado:

1. Que **Bomba Santa Teresita, S.A.**, propietaria del negocio comercial “**Estación de Servicio Santa Teresita**” haya hecho de conocimiento de los consumidores el reglamento de la promoción, objeto de este proceso, con los plazos y condiciones que la regían (no hay prueba).
2. Que la accionada rifara los dos vehículos prometidos en la publicidad pregonada en los cupones entregados a los consumidores (no hay prueba).

TERCERO. DERECHO APLICABLE: Para esta Comisión, el hecho denunciado por la parte accionante, se enmarca en lo fundamental y en nuestro medio como una falta de información y publicidad engañosa, en los términos así previstos por los artículos 34 inciso b) y 37 de la Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor (7472).

CUARTO. SOBRE LOS HECHOS DE LA DENUNCIA: Del análisis de la prueba que consta en autos bajo las reglas de la sana crítica racional (artículo 298 de la Ley General de la Administración Pública), queda debidamente comprobado que entre el ocho de junio de 2015 y el 25 de marzo de 2016, la empresa **Bomba Santa Teresita, S.A.**, propietaria del negocio comercial “**Estación de Servicio Santa Teresita**”, realizó una promoción, en la cual los consumidores que hicieran una compra en combustible superior a ₡10 000.00 (diez mil colones) exclusivamente en dicho punto de venta, obtenían un cupón para participar en el sorteo de un vehículo marca Fiat Siena (archivo “*2015-1328-prueba denunciado*” y min. 9:12). Narra la promovente, en su libelo inicial, que hizo dos compras superiores a ₡10 000,00 para participar en dicha promoción y le dieron un cupón por cada una, pero ninguno consigna la fecha del sorteo. Agrega que ingresó a Facebook para revisar el reglamento respectivo, sin embargo no aparece en los sitios que refieren los cupones (archivo “*HECHOS FIRMADOS*”). Durante la comparecencia oral y privada, que se celebró el 29 de noviembre de 2016, el actor confirmó los hechos (min. 1:47). La Licda. XXXX, abogada del establecimiento los rechazó y señaló que “(...) *consideramos que no hay fundamentación suficiente (...) no hay claridad con respecto a cuál es el inconveniente o violación de la norma o afectación de interés al consumidor (...)*” (min. 2:09). Sobre la prueba de cargo, el denunciante indicó que “(...) *el primero es un cupón de compra únicamente, no es una factura (...) es un cupón que me dieron por no darme factura, porque no tenía facturas supuestamente, me dijo el pistero, el segundo sí es una factura y esos son los cupones de dicha rifa (...) no dice nada de qué fecha se va a hacer la rifa ni nada por el estilo (...)*” (min. 4:37). Al preguntarle cuál fue la información que le dieron en el momento de la compra, dijo que “(...) *yo le dije que*

aquí en el cupón pedían número de factura al muchacho, me dijo que no había ningún problema con eso, que no pusiera nada (...) que si salía favorecido se le daba el premio (...) va uno (...) a buscar un reglamento y no encuentra nada, qué es lo que van a pedir (...) una fecha exacta, una hora, como en todas las publicidades de otros lados (...) metiéndonos con mi esposa al Facebook, nos encontramos que no existe ningún reglamento de nada (...)” (min. 6:03). Por su parte, la Sra. XXXX, representante de la gasolinera, manifestó que “(...) esos son los comprobantes o las boletas de participación en el sorteo, que mi representada estaba sorteando, efectivamente el tiquete blanco que aparece aquí es un tiquete que emite la máquina dispensadora de combustible, esto no es una factura y las facturas que nosotros utilizamos en nuestra estación son las que se demuestra en las que aparece ahí, donde dice Estación de Servicio Santa Teresita, factura de contado (...) la boleta para participar en el sorteo viene con nombre y fecha, se indica factura y cédula, efectivamente sí contamos con un reglamento donde se indica la participación y los pisteros en su momento determinado, manifestaron que no era importante la factura ya que, por disposición de la empresa, se tomó la consideración de no utilizar el número de factura para que todas las personas pudieran participar, los cupones estos están en blanco (...) por ende no fueron depositados en el recipiente o buzón que teníamos en nuestra estación de servicio para poder participar en dicha rifa (...)” (min. 7:21). Se le consultó cuál era la mecánica de la promoción y explicó que “(...) por el consumo de diez mil colones se les entregaba un cupón, de igual forma en la estación, la persona si quería solicitar la factura se le extendía, sino no se le extiende la factura, de igual forma se echaban los cupones dentro del buzón (...) por un formato de la imprenta o de la litografía donde realizaron las impresiones de esas boletas se establecía la factura, pero en realidad no era un requisito indispensable dentro del sorteo (...)” (min. 9:12). En torno a la ubicación del reglamento, acotó que “(...) el reglamento indica el procedimiento para participar (...) el reglamento estaba ubicado en las (...) puertas de vidrio de la gasolinera (...)” (min. 10:00). El accionante replicó que “(...) en el cupón decía que pedían la factura y le dije que por qué la factura y me dijo ‘no, no hay problema’, le dije que si había algún reglamento donde dijera algo de cuándo se hacía la rifa o algo así o dónde poder encontrar ese reglamento y no hubo quién me lo dijera (...) no lo encontré, definitivamente no había ningún reglamento en ese momento (...)” (min. 11:34). Añadió acerca de los cupones que “(...) hago la salvedad de que los cupones no se llenaron para poderlos poner de prueba (...)” (min. 15:00). La Licda. Fernández Castro, apuntó que “(...) el sorteo efectivamente fue realizado el día 31 de marzo del 2016 (...)” (min. 15:38). Aportó, asimismo, copia del reglamento de la promoción y del cupón ganador y detalló que “(...) en el dato donde se indica factura, el cliente lo que aportó fue el número de teléfono, como requisito no estaba la factura, por lo tanto no se le pidió a él porque lo que se necesitaba que él aportara era el extremo derecho de su cupón (...)”

(min. 20:04). La Sra. Alvarado Rodríguez agregó que el reglamento fue publicado digitalmente “(...) *en Facebook (...) en la página de la estación de Servicio Santa Teresita (...)*” (min. 23:18) y sostuvo que debía buscarse el sitio como “Estación de Servicio Santa Teresita” (min. 23:43). Finalmente, el Sr. XXXX reiteró que “(...) *aquí se ve donde hubo un ganador (...) eso está bien (...) pero, respecto al reglamento, no aparecía ningún reglamento en Facebook definitivamente, no apareció ningún reglamento en ninguna vitrina, o sea que los muchachos pudieran decirme ‘ahí está el reglamento’, no existe tal reglamento (...)*” (min. 24:02). Finalmente, subrayó que “(...) *lo que yo pretendía era que en diez días o quince días les estaban haciendo una llamada de atención para que ellos se pusieran al día con todo, pero no fue así (...)*” (min. 26:04).

QUINTO. SOBRE EL FONDO DEL ASUNTO: El artículo 34 de la ley 7472, establece en su inciso b), como obligación ineludible para cada comerciante “(...) *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, la fecha de caducidad, el peso, cuando corresponda, de las características de los bienes y servicios, el país de origen, 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, como sustancias adicionales que se le hayan agregado al producto original (...)*”. En términos generales, la suficiencia apareja todos aquellos datos necesarios que, de manera amplia, el interesado requiera saber, de modo que no quede en él duda alguna que pueda generarle un posible perjuicio. La claridad propicia que la información se transmita de forma entendible y pueda con ello constatarse que el consumidor la ha comprendido correctamente. La veracidad apunta a que las condiciones, circunstancias y demás aspectos que sobre el producto se informen, sean ciertos y correspondan a una realidad objetiva y confiable. Estos preceptos son los que amparan un derecho, cuyo propósito es justamente proteger los intereses legítimos y económicos de los consumidores y que, incluso, ostenta rango constitucional, de conformidad con el numeral 46 de nuestra Carta Política. En conexidad, el numeral 37 ibídem, dispone que “(...) *la oferta, la promoción o la publicidad de los bienes y servicios debe realizarse de acuerdo con la naturaleza de ellos, sus características, condiciones, contenido, peso cuando corresponda, utilidad o finalidad, de modo que no induzca a error o engaño al consumidor (...)*” (subrayado suplido). Puntualmente, el reglamento a la ley 7472 (decreto ejecutivo 37899-MEIC), vigente desde el 23 de septiembre de 2013, en su artículo 2, define la promoción como el “(...) *conjunto de actividades, técnicas y métodos que se utilizan para lograr objetivos específicos, como informar, persuadir o recordar al público meta acerca de los productos o servicios que se comercializan (...)*”. El ordinal 117 ibídem, dicta asimismo que “(...) *todo comerciante al realizar una promoción de un bien o un servicio deberá definir de previo las condiciones básicas para la participación de los consumidores y la selección del ganador. En este sentido deberá informar a los consumidores de modo suficiente y sin perjuicio*

de lo establecido en el 34 inciso b) de la Ley como mínimo lo siguiente: / a) **Duración:** Fecha de inicio y de finalización de la promoción. / b) **Objeto:** Describir de forma clara y suficiente en qué consiste la promoción, cuáles son los pasos que el consumidor debe cumplir para consolidar su derecho de participación en la promoción. / c) **Restricciones:** Las limitaciones deberán ser informadas de manera previa, clara y precisa en su redacción, con posibilidad de comprensión directa, sin reenvíos a textos o documentos que no faciliten previa o simultáneamente los términos de la promoción. / d) **Reclamo del premio o beneficio:** Se deberá informar al consumidor cuál es el procedimiento para reclamar el premio o el beneficio y ante quién, señalando al menos, la ubicación del establecimiento comercial, la oficina o la persona contacto. / e) **Sorteo:** El sorteo o escogencia del consumidor ganador de la promoción, deberá hacerse ante notario público o cualquier otro medio equivalente y deberá publicarse como principio, por los mismos medios y de la misma forma en que se dio a conocer la promoción o bien, en un medio de comunicación social y de alcance nacional. / Dicha información deberá estar a disposición de los consumidores para su consulta de la misma forma y por los mismos medios en que se da a conocer la promoción al público consumidor o bien por cualquier otro medio siempre y cuando se informe al consumidor en la publicidad el lugar para encontrarla. También podrá ser remitida en versión digital a la DAC con el fin de que ésta la ponga a disposición de los consumidores; sin perjuicio del deber del comerciante o proveedor de publicarlo por su cuenta. La información antes descrita podrá estar contenida en un reglamento redactado al efecto (...)" (énfasis original). A la luz de la normativa expuesta, es claro que para la adecuada aplicación de la figura, el comerciante está obligado a informar al público, de forma oportuna, transparente y completa, todos aquellos aspectos de relevancia que se requieran para su efectiva realización. Cada destinatario debe estar plenamente enterado de las reglas que suponen su participación y esta labor recae sobre el organizador, quien debe disponer de todos los medios necesarios para que la comunicación se dé de manera eficiente para el cumplimiento de tal propósito. En el presente caso, la promoción objeto de denuncia acusa varias inconsistencias en los elementos descritos que, en efecto, supusieron una vulneración a los intereses legítimos de los consumidores a quienes iba dirigida. En primer lugar, no existe prueba, idónea y objetiva, que acredite la disposición previa del reglamento respectivo a través de un medio verificable. En los cupones aportados por el accionante, se consigna que el pliego se puede acceder por Facebook en los sitios "SERVICENTRO LABRADOR" o "LUCAS OIL COSTA RICA", sin embargo, tanto la personera del local como la copia del documento ofrecido en la audiencia, dan cuenta que el sitio donde se publicó fue "Estación de Servicio Santa Teresita" (archivo "2015-1328-prueba denunciado" y min. 23:18 y min. 23:43). De hecho, el denunciante indicó que visitó los dos primeros sitios y dijo no haber hallado la información (min. 11:34). La representante también aseveró que se encontraba ubicado en las puertas de vidrio de la gasolinera, pero el expediente se encuentra ayuno de medio que lo demuestre. Es evidente, entonces, que no existe certeza de que, ciertamente, los alcances de la promoción fueran dados a conocer a los interesados, lo que supone un quebranto sensible en los principios de claridad, veracidad y suficiencia que integran el derecho de información que asistía a estos

últimos y que el comercio tiene como mandato legal atender de forma diligente, proveyendo para ese fin los mecanismos más ágiles y prácticos posibles. En segundo orden, los cupones no establecen la vigencia de la promoción ni la fecha ni el lugar en la que ha de efectuarse el sorteo, lo que se traduce en una clara incertidumbre para el participante, sobre todo si se toma en cuenta que, como se apuntó, no tiene a su vista el reglamento que se dice existente. Nótese, además, que el día estipulado de premiación, según este último, era el 25 de marzo de 2016 (punto 10). Empero, en el acta notarial presentada por la parte en la comparecencia, se asentó que la selección del ganador se realizó el 31 de marzo de 2016 (archivo “2015-1328-prueba denunciado 4”). Tal variación refleja que, amén de no publicarse como correspondía, la información contenida en él no era tampoco fiable. Finalmente, y sin ser menos importante, en dicha acta, así como en las fotografías incorporadas por la accionada, se da fe de la escogencia de un solo favorecido, pero en los cupones se le dice a cada concursante que lo que se rifaban eran dos vehículos y no uno (archivos “2015-1328-prueba denunciado 2” y “HECHOS, PERSONERIA JURIDICA, FACTURA, CUPONES, BOUCHER, CEDULAS”). Sobre este punto, no existe en autos indicio alguno de justa causa o eximente que apoye la decisión de variar el objeto de la promoción. Es oportuno subrayar que el hecho de que el promovente se abstuviera de llenar y depositar los tiquetes para hacer efectiva su participación, en nada modifica la valoración descrita del acervo probatorio, dado que el asunto reviste un interés general por la afectación que las falencias apuntadas tuvieron en las expectativas insufladas a los consumidores y que, según se acotó, no se atendieron enteramente, en primer término por defectos en la divulgación y precisión de las reglas que acompañaban la promoción en debate, y en segunda instancia en lo tocante a los resultados esperados, puesto que se les ofreció sortear dos vehículos y a la postre solamente se entregó uno de ellos, lo que apareja un incumplimiento de la promesa publicitaria que, como se dijo, se pregonó en cada cupón. Con base en lo expuesto, esta Comisión es del criterio que la denunciada faltó a su deber de informar, de manera óptima y eficiente, a los destinatarios de la promoción, acerca de sus pormenores, limitaciones y especificaciones, y también al compromiso adquirido en ella de rifar dos automotores, circunstancia que evidentemente operó en perjuicio de los intereses de quienes aplicaron para optar por dicho premio. Estas omisiones, así como el vacío de prueba idónea y objetiva, que favorezcan un descargo en favor del negocio, encaminan al criterio de que la denuncia debe ser declarada con lugar contra **Bomba Santa Teresita, S.A.**, propietaria del negocio comercial “**Estación de Servicio Santa Teresita**”, por falta de información y publicidad engañosa, dado que con su actuar, incumplió con lo dispuesto en los ordinales 34 inciso b) y 37 de la Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor (7472). y por ende, se le impone de conformidad con el artículo 57, inciso b) y 59 de la misma ley, la sanción mínima correspondiente, que se gradúa aquí en consideración tanto de la gravedad del incumplimiento como la participación del infractor en el mercado de venta de combustibles y promociones accesorias, en el monto de **dos millones quinientos treinta y un mil quinientos colones (¢2 531 500,00)**, correspondiente a diez veces el salario mínimo establecido en la Ley de Presupuesto Ordinario de la República, el cual al momento de los hechos fue de

doscientos cincuenta y tres mil ciento cincuenta colones (¢253 150,00). De igual forma, se ordena a la accionada, ajustar la información de sus futuras publicaciones atendiendo los principios de claridad, suficiencia y oportunidad, según la normativa citada, y señalar la ubicación, física o electrónica, donde los consumidores deban acceder y conocer cualquier elemento explicativo adicional, como reglamentos y restricciones de relevancia. Deben también tenerse por rechazadas por improcedentes las excepciones de falta de derecho y falta de interés actual, opuestas por la abogada del negocio. La primera de cara a la comprobación de los elenco fáctico intimado y a la existencia de la normativa para su conocimiento, y la segunda porque los hechos fueron denunciados estando vigente la promoción acusada, lo cual fue admitido por la propia parte (min. 29:30). La ordenanza opera en consonancia con las potestades que confiere a este tribunal administrativo la ley 7472, en sus artículos 53 incisos a) y 37; y recaen sobre la empresa sancionada todas las responsabilidades inherentes a su efectivo cumplimiento. Asimismo, lo dispuesto en el voto, es consecuencia de la comprobación de una conducta impropia atribuible enteramente al comerciante, que se tradujo en una infracción al deber de información y a una publicidad engañosa, en perjuicio de la adquirente. Téngase por denegado cualquier otro extremo, alegado por las partes, que no haya sido concedido de forma expresa en la presente resolución.

POR TANTO

- 1- Se rechazan por improcedentes las excepciones de falta de derecho y falta de interés actual, opuestas por la Licda. XXXX, abogada de **Bomba Santa Teresita, S.A.**, propietaria del negocio comercial “**Estación de Servicio Santa Teresita**”.
- 2- Se declara con lugar la denuncia interpuesta por XXXX contra **Bomba Santa Teresita, S.A.**, propietaria del negocio comercial “**Estación de Servicio Santa Teresita**” por falta de información y publicidad engañosa, según lo establecido en los artículos 34 inciso b) y 37 de la Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor (7472), del 20 de diciembre de 1994 y por lo tanto: a) Se ordena a **Bomba Santa Teresita, S.A.**, propietaria del negocio comercial “**Estación de Servicio Santa Teresita**”, ajustar la información de sus futuras promociones atendiendo los principios de claridad, suficiencia y oportunidad, según la normativa citada, y señalar la ubicación, física o electrónica, donde los consumidores deban acceder y conocer cualquier elemento explicativo adicional, como reglamentos y restricciones de relevancia b) Se impone a **Bomba Santa Teresita, S.A.**, propietaria del negocio comercial “**Estación de Servicio Santa Teresita**”, la sanción de pagar la suma de **dos millones quinientos treinta y un mil quinientos colones (¢2 531 500,00)**, mediante entero de gobierno en un banco estatal autorizado y deberá aportar a esta instancia el recibo original o copia debidamente certificada que acredite el pago de la multa. Contra esta resolución puede formularse **recurso de reposición**, que deberá plantearse ante la Comisión Nacional del Consumidor para su conocimiento y resolución, dentro de los tres días hábiles siguientes a

la fecha de su notificación. Lo anterior de conformidad con los artículos **64 de la Ley 7472** y 343, 345 y 346 de la Ley General de la Administración Pública.

- 3- En este acto y con fundamento en el artículo 68 del referido cuerpo legal así como el 150 de la Ley General de la Administración Pública, se efectúa **primera intimación** a XXXX XXXX, cédula de identidad uno – XXXX, o a quien ocupe su cargo en el momento de notificarse la presente resolución, en su condición de representante legal de BOMBA SANTA TERESITA, S.A., propietaria del negocio comercial “ESTACIÓN DE SERVICIO SANTA TERESITA”, para que dentro del plazo de diez (10) días hábiles contados a partir del recibo de esta notificación, cumpla con lo aquí dispuesto o POR TANTO: “(...) a) Se ordena a **Bomba Santa Teresita, S.A., propietaria del negocio comercial “Estación de Servicio Santa Teresita”,** *ajustar la información de sus futuras promociones atendiendo los principios de claridad, suficiencia y oportunidad, según la normativa citada, y señalar la ubicación, física o electrónica, donde los consumidores deban acceder y conocer cualquier elemento explicativo adicional, como reglamentos y restricciones de relevancia* b) Se impone a **Bomba Santa Teresita, S.A., propietaria del negocio comercial “Estación de Servicio Santa Teresita”,** la sanción de pagar la suma de **dos millones quinientos treinta y un mil quinientos colones (¢2 531 500,00)**, mediante entero de gobierno en un banco estatal autorizado y deberá aportar a esta instancia el recibo original o copia debidamente certificada que acredite el pago de la multa (...). Habiendo cumplido con lo ordenado, deben remitir documento que lo acredite a la Unidad Técnica de Apoyo de la Comisión Nacional del Consumidor, ubicada en la ciudad de San José, Sabana sur cuatrocientos metros oeste de la Contraloría General de la Republica, para que proceda al archivo del expediente. De no cumplir en tiempo y forma con lo dispuesto en la presente intimación y según corresponda, certifíquese el adeudo y remítase el expediente a la Procuraduría General de la República para su ejecución a nombre del Estado. En ese mismo sentido y de verificarse el incumplimiento de lo ordenado, procederá testimoniar piezas al Ministerio Público de conformidad con lo dispuesto en el artículo 68 de la Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor, No. 7472 y sus reformas, que establece: “(...) Constituyen el delito de desobediencia previsto en el Código Penal las resoluciones o las órdenes dictadas por la Comisión para promover la competencia y por la Comisión Nacional del Consumidor, en el ámbito de sus competencias, que no sean observadas ni cumplidas en los plazos correspondientes establecidos por esos órganos. En tales circunstancias, los órganos citados deben proceder a testimoniar piezas, con el propósito de sustentar la denuncia ante el Ministerio Público, para los fines correspondientes. (Así reformado por el artículo 1° parte d) de la ley N° 7854 del 14 de diciembre de 1998) (Así corrida su numeración por el artículo 80 de la ley de Contingencia Fiscal, N° 8343 del 18 de diciembre de 2002, que lo traspaso del antiguo artículo 65 al 68 actual) (...)”. Según lo expuesto, se le podría seguir al representante legal de la empresa sancionada, causa penal por el delito de desobediencia según lo establecido en el artículo 307 del Código Penal, que dispone: “(...) Se impondrá prisión de seis meses a tres años, a quien no cumpla o no haga cumplir, en todos sus extremos, la orden impartida por un

órgano jurisdiccional o por un funcionario público en el ejercicio de sus funciones, siempre que se haya comunicado personalmente, salvo si se trata de la propia detención. (Así reformado por el artículo 19 de la Ley de Protección a Víctimas, Testigos y demás intervinientes en el Proceso Penal N° 8720 de 4 de marzo de 2009.) (Así modificada la numeración de este artículo por el numeral 185, inciso a), de la ley No. 7732 de 17 de diciembre de 1997, que lo traspasó del 305 al 307 (...)). Archívese el expediente en el momento procesal oportuno.
NOTIFÍQUESE. EXPEDIENTE 2015-1328

Dr. Gabriel Boyd Salas

Licda. Iliana Cruz Alfaro

Lic. Jorge Jiménez Cordero