



UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO

DIVISIÓN ACADÉMICA DE CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS



TAREA 5

ANÁLISIS DE CASOS

Presenta:

Payró Jiménez Ariadna Jazmín

Licenciatura:

Mercadotecnia

Asignatura:

Promoción de ventas

Docente:

María del Carmen Navarrete Torres

Ciclo Febrero/2025- Agosto/2025



UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO

DIVISIÓN ACADÉMICA DE CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS



Análisis de casos de malas prácticas

Genomma Lab: Publicidad Engañosa en Productos de Salud

- **Falta Cometida:** Genomma Lab promovió su producto "Tío Nacho Matizante" asegurando beneficios que no estaban comprobados científicamente, lo que constituye publicidad engañosa.
- **Sanción Impuesta:** La Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco) impuso una multa de 2 millones 33 mil pesos a la empresa por estas prácticas.
- **Lección Aprendida:** Es fundamental que las empresas respalden sus afirmaciones publicitarias con evidencia científica para evitar engañar a los consumidores.

Boletín 136.- Por publicidad engañosa, Profeco impone multa por más de dos millones de pesos a Genomma Lab

Procuraduría Federal del Consumidor | 16 de julio de 2013

México, D.F., 16 de julio de 2013.- La Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco) resolvió imponer una multa de dos millones treinta y tres mil pesos a la empresa Genomma Lab Internacional por el uso de publicidad engañosa que perjudicaba la economía e intereses de los consumidores.

De acuerdo a una denuncia presentada, la mencionada proveedora señalaba supuestos beneficios del shampoo "Tío Nacho Matizante", detectándose que el producto señalado no sirve para los fines que manifiesta.

En acción realizada por Profeco, desde el año pasado se requirió a la empresa información que acreditara la veracidad de las frases difundidas en la publicidad relacionada a su producto para el cabello, sin embargo, la empresa no presentó evidencia del desempeño del producto, para dar soporte a las frases publicitarias.

Ante ello, en enero de este año se inició procedimiento por infracciones a la Ley Federal de Protección al Consumidor, por lo que Profeco ordenó, como medida precautoria, la suspensión de la publicidad que por cualquier medio o forma se difundiera con relación al mencionado shampoo.

Genomma Lab dio respuesta al procedimiento por infracciones a la ley y ofreció pruebas, pero la información presentada no dio soporte a ninguna de las frases publicitarias sobre este producto, lo que defrauda las expectativas generadas en la ciudadanía.

Con la finalidad de proteger la economía e intereses de los consumidores, así como defender su derecho a contar con información veraz, la Profeco resolvió sancionar con dos millones treinta y tres mil pesos a la citada proveedora, por este caso.



UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO

DIVISIÓN ACADÉMICA DE CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS



Tiendas Departamentales Durante el Buen Fin: "Ofertas" Engañosas

- **Falta Cometida:** Durante el Buen Fin, varias tiendas departamentales fueron señaladas por simular descuentos, es decir, mantener los precios sin descuento a pesar de anunciar grandes rebajas.
- **Sanción Impuesta:** Profeco denunció estas prácticas y realizó inspecciones para verificar las promociones, aunque no se especifican multas en los informes disponibles.
- **Lección Aprendida:** Las promociones deben ser reales y transparentes; inflar precios antes de aplicar descuentos engaña al consumidor y puede resultar en sanciones.

PROFECO

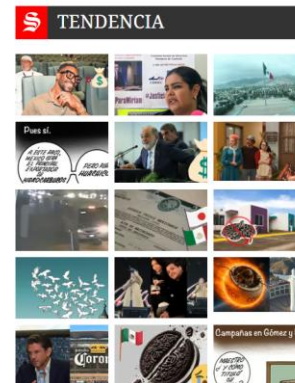
Profeco señala a estas tiendas de “simular” descuentos durante el Buen Fin



Profeco señala a estas tiendas de "simular" descuentos durante el Buen Fin

FI SIGLO DE TORREÓN 13 MAR 2024 - 17:49

» PAPA LEÓN XIV » CÓNCLAVE » EVENTOS »
ACCIDENTES VIALES » ELECCIONES 2025





UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO

DIVISIÓN ACADÉMICA DE CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS



EL SIGLO DE TORREÓN 12 DIC 2024 - 17:49

COMPARTE



La Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco) ha denunciado prácticas comerciales engañosas por parte de diversas tiendas departamentales durante la reciente edición de El Buen Fin.

¿Qué empresas simulan ofertas?

Durante una conferencia de prensa encabezada por la presidenta de México, Claudia Sheinbaum Pardo, el procurador Iván Escalante Ruiz presentó un informe detallado sobre los establecimientos que infringieron la ley.

Según Escalante, a pesar de las expectativas generadas en torno a las grandes rebajas, la Profeco detectó que algunas tiendas simulaban descuentos en productos de alta demanda. Entre las empresas señaladas se encuentran **Liverpool, Elektra y Walmart.**

COMPARTE



Como ejemplo, mencionó el caso de una licuadora cuyo precio inicial era de mil 236 pesos, pero que durante los días de la promoción se incrementó a mil 649 pesos.

De manera similar, una lavadora que originalmente costaba 8 mil 990 pesos, vio su precio elevarse a 9 mil 990 pesos durante el evento comercial.

Estas prácticas, lejos de beneficiar a los consumidores, representan una clara violación a la Ley Federal de Protección al Consumidor y generan desconfianza en el mercado.

Ante esta situación, la Profeco exhorta a la ciudadanía a denunciar cualquier irregularidad que detecten al momento de realizar sus compras.

¿Cómo denunciarlas?

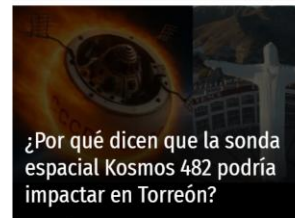
Para presentar una queja ante la Profeco, los consumidores pueden comunicarse a los teléfonos del consumidor 55 5568 8722 y 800 468 8722, o bien, enviar un correo electrónico a la dirección

asesoria@profeco.gob.mx



+ LEÍDAS

- 1 ¿Oreo se va de México? Esto es lo que sabemos de la marca de galletas
- 2 Cartón de Enríquez
- 3 Camionero enfrentará audiencia por abandono de lesionado en Torreón
- 4 Horacio Pancheri lanza reproche contra Marimar Vega y su esposo; lo llama 'pi... camarógrafo'
- 5 Papa León XIV ofrece su primera misa en la Capilla Sixtina
- 6 Algodoneros del Unión Laguna pierden tercera serie al hilo



¿Por qué dicen que la sonda espacial Kosmos 482 podría impactar en Torreón?

Noticias más vistas hoy

Uber, Easy Taxi y Cabify: Publicidad Engañosa en Servicios de Transporte

- **Falta Cometida:** Estas plataformas de transporte privado fueron sancionadas por publicidad engañosa y cláusulas abusivas en sus contratos, afectando la equidad en las relaciones de consumo.



UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO

DIVISIÓN ACADÉMICA DE CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS



- **Sanción Impuesta:** Profeco impuso multas por un total de 6.5 millones de pesos a las empresas involucradas.
- **Lección Aprendida:** Las empresas deben ser claras y justas en sus términos y condiciones, evitando cláusulas que perjudiquen al consumidor.

Secciones

Los Angeles Times

SUBSCRIBELOG INQ

México

EFE

Jul. 11, 2018 11:36 AM PT

Share

EFE

México — La Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco) de México anunció hoy una sanción de 6,5 millones de pesos (unos 343.000 dólares) para las empresas de transporte privado de pasajeros Uber, Easy Taxi y Cabify por publicidad engañosa y cláusulas abusivas.

La Profeco “inició procedimientos por infracciones a la Ley Federal de Protección al Consumidor en contra de las empresas prestadoras del servicio de transporte privado de personas a través de plataformas electrónicas denominadas Uber, Easy Taxi y Cabify”, indicó el organismo en un boletín.

Elo por la “probable transgresión a los derechos de consumidores que contratan sus servicios”, agregó el texto.

ANUNCIO

Notas Recientes

Alemania, Brasil y Canadá fuera: la Copa Mundial femenina comienza a ser más equitativa

Ago. 4, 2023

México: Los Alegres del Barranco imputados por apología de delito por usar imagen de líder de cártel

May. 8, 2025

Secciones

Los Angeles Times

SUBSCRIBELOG INQ

Por ello, se impusieron sanciones de 3,9 millones de pesos (unos 208.000 dólares) a Uber; de 1,8 millones de pesos (unos 97.000 dólares) a Easy Taxi, y de 700.000 pesos (unos 38.000 dólares) a Cabify.

Las multas se vinculan a la aplicación de un contrato de adhesión que contiene “prestaciones desproporcionadas, inequitativas y abusivas en perjuicio de los consumidores”.

A ello, se suma “la difusión de publicidad engañosa, a través de la cual ofertan un ‘servicio seguro’ de transporte, lo que contraviene sus términos en los que establecen condiciones que los deslindan de cualquier responsabilidad legal”, indicó la Profeco.

En lo que respecta a Cabify, este proveedor establece de manera “unilateral que las tarifas cobradas no serán reembolsables, así como que en los periodos de mayor demanda establecerá un costo mayor variable” sin definir los criterios.

Así, la Profeco detectó el establecimiento de “prestaciones desproporcionadas a cargo de los consumidores y obligaciones inequitativas o abusivas, tales como que el usuario exonera a Cabify de cualquier responsabilidad derivada del servicio de transporte, ya sea civil o penal”.

En cuanto a Easv Taxi, no se hace responsable de daños o perjuicios que pudieran ser

May. 8, 2025

Trump critica a la presidenta de México por rechazar envío de tropas de EEUU para combatir cárteles

May. 7, 2025

En medio de celebraciones por el 5 de Mayo, se avecina un arancel de EEUU sobre tomates mexicanos

May. 6, 2025

Detienen a alcalde por caso del rancho del Cártel Jalisco en el occidente de México

May. 5, 2025

ANUNCIO



UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO

DIVISIÓN ACADÉMICA DE CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS



En cuanto a Easy Taxi, no se hace responsable de daños o perjuicios que pudieran ser ocasionados por el mal uso de la información sobre el usuario o la empresa si un tercero vulnera la seguridad e ilícitamente utilice la información, así como aplicación de prácticas coercitivas y desleales.

"Adicionalmente, sus frases publicitarias como 'Pedir un taxi nunca fue tan sencillo', no acreditan la veracidad, claridad y exactitud, siendo sujetas a comprobación, lo que no fue realizado", determinó el texto.

Finalmente, Uber violó lo establecido por la ley al no señalar un domicilio, teléfono y demás medios de contacto en el país para aclaraciones o reclamaciones, y en caso de controversia, las partes se deberán someter al arbitraje o a la mediación, establecidos en la legislación de Amsterdam, Países Bajos y en lengua inglesa.

"Cabe mencionar que como resultado del procedimiento instaurado contra Uber, la empresa modificó la publicidad que contravenía las disposiciones legales de protección al consumidor", agregó el texto.

Las multas ya fueron notificadas y aún no han quedado firmes, por lo que pueden ser impugnadas.

Las multas ya fueron notificadas y aún no han quedado firmes, por lo que pueden ser impugnadas.

En diciembre pasado Uber cambió sus términos y condiciones de servicio, lo que avivó las sospechas en cuanto a las garantías de seguridad que ofrece a sus usuarios.

En el punto 5 de los términos y condiciones, por ejemplo, Uber especificaba que "no hace declaración ni presta garantía alguna relativa a la fiabilidad, puntualidad, calidad, idoneidad o disponibilidad de los servicios o cualesquiera bienes solicitados a través del uso" de la aplicación.

No obstante, Uber aseguró que las modificaciones no afectan la seguridad del pasajero.

México



24/7 Live Chat



Skip the Office Visit - Chat with Experts Online. Get Help, on Your Schedule.



Vips, Viva Aerobus, BP y Sony: Publicidad Engañosa en Promociones

- **Falta Cometida:** Estas empresas fueron multadas por difundir publicidad engañosa relacionada con promociones que no cumplían con lo anunciado.
- **Sanción Impuesta:** Cada empresa recibió una multa de 4.8 millones de pesos y la obligación de retirar la publicidad engañosa.
- **Lección Aprendida:** Es esencial que las promociones sean claras y que las empresas cumplan con lo prometido para mantener la confianza del consumidor.



UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO

DIVISIÓN ACADÉMICA DE CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS



Profeco multa a Vips, Viva Aerobus, BP y Sony con 4.8 mdp por publicidad engañosa

La Profeco multó a cada una de las empresas con 4 millones 800 mil pesos y las obligó a retirar de inmediato la publicidad engañosa.



Utilizamos cookies para darte la mejor experiencia de usuario y entrega de publicidad, entre otras cosas. Si continúas navegando el sitio, das tu consentimiento para utilizar dicha tecnología.



Tecnología No Code, potenciada por IA, para un control total de tu empresa.

Luego de que la **Procuraduría Federal del Consumidor** (Profeco) reveló que las marcas **Vips**, **Viva Aerobus**, **BP** y **Sony** mienten a los consumidores a través de publicidad engañosa, la dependencia federal aseguró que ya aplicó una multa de 4 millones 800 mil pesos a cada una de las empresas mencionadas y las obligó a retirar su publicidad.

“Son 4 millones 800 mil pesos de multa, a cada una, y la obligación de retirar de inmediato la publicidad. Nosotros ya lo estamos haciendo en esta semana, pero tienen derecho a recurrir si se quieren pelear en los tribunales, no sé cuánto se tarden los jueces”, aseveró el titular de la Profeco, Ricardo Sheffield Padilla, en entrevista con **MILENIO**.

En el caso de Vips, Sheffield Padilla explicó que detectaron que el precio con el que promocionan sus chiles en nogada no cuadra con el del menú. “No sabes ni a cómo te van a dar el chile, esa es la trampa”, dijo.



Tecnología No Code, potenciada por IA, para un control total de tu empresa.



para darte la mejor experiencia de usuario y entrega de publicidad, entre otras cosas. Si continúas navegando el sitio, das tu consentimiento para utilizar dicha tecnología.

¡Vuela por México!

Vuelos nacionales desde

\$135 MXN + TUA

viva



Quiero saber más

Estoy de acuerdo



UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO

DIVISIÓN ACADÉMICA DE CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS



En el caso de Vips, Sheffield Padilla explicó que detectaron que el precio con el que promocionan sus chiles en nogada no cuadra con el del menú. "No sabes ni a cómo te van a dar el chile, esa es publicidad engañosa".

"El caso de vuela a donde quieras en México por 39 pesos de Viva Aerobus; el caso de un equipo con 30 por ciento de descuento de Sony, y que en letras chiquitas era que sólo a los primeros 10, pero desde cuando vendieron los primeros 10, y el caso de BP de que ellos garantizan 42 kilómetros más por tanque, es una locura ilógica", argumentó.

Te recomendamos



Autos Volkswagen, Suzuki y Subaru presentan fallas, alerta Profeco



Huracán "Olaf" sigue su trayectoria hacia Baja

LAS MÁS VISTAS



El papa gringo desata ira social contra el 'presi' gringo



Precio del dólar HOY viernes 9 de mayo de 2025: Peso mexicano sube ante mayor optimismo en comercio



Milan vs Bologna EN VIVO. Santiago Gimenez HOY Seria A Italia 2025



Noticias tras Cónclave 2025: Reportes luego de elegir al nuevo Papa del Vaticano HOY 8 de mayo



Expuso que nunca se les había juntado cuatro empresas grandes que hayan incurrido en publicidad engañosa, "lo de llamar la atención es que en una sola semana se nos juntaron cuatro, y cuatro grandes".

"Son dos cosas, sancionar lo que hicieron mal, y evitar que sigan haciéndolo, entonces por eso son 4 millones 800 mil pesos de multa y además retirar la publicidad, si no siguen engañando al consumidor", resaltó.

Detalló que el número que engancha al consumidor lo ponen en tamaño grande, y se desenmascara en letras muy pequeñas las condiciones, "entonces normalmente no te das cuenta, hasta que fuiste a consumidor, ese es el tema de la publicidad engañosa".

"Cualquier consumidor puede reportar ante la Profeco, éstas cuatro las localizamos porque consumidores nos lo dieron a conocer, que nos digan donde creen que está y lo revisamos",



PUBLICIDAD





UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO

DIVISIÓN ACADÉMICA DE CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS



Viva Aerobus responderá sobre multa

La aerolínea Viva Aerobus afirmó que **contestará en tiempo y forma el proceso y multa que le interpuso la Profeco por publicidad engañosa en la compra de sus vuelos.**

En un comunicado, la empresa señaló que **siempre se ha conducido en apego a la ley y transparencia**, además que su publicidad se adhiere a la normativa vigente, incluyendo en los precios de sus boletos de avión todos los impuestos correspondientes.

La Profeco especificó que uno de los problemas con Viva Aerobus es que **ha llegado a informar que por 39 pesos puedes volar a cualquier lado**, sin embargo, en letra chiquita, se comenta que es más la tarifa de uso aeroportuaria (TUA).

La aerolínea aclaró que el TUA, **al no tratarse de un impuesto, sino de una tarifa que deben pagar los pasajeros** por el uso de

Aerobus es que **ha llegado a informar que por 39 pesos puedes volar a cualquier lado**, sin embargo, en letra chiquita, se comenta que es más la tarifa de uso aeroportuaria (TUA).

La aerolínea aclaró que el TUA, **al no tratarse de un impuesto, sino de una tarifa que deben pagar los pasajeros** por el uso de las instalaciones y servicios de los aeropuertos mexicanos, es posible desglosarla del costo del boleto de avión al ser un elemento independiente del mismo.

“Lo anterior, **permite al pasajero conocer la diferencia entre el costo de su boleto de avión, del cual es responsable Viva Aerobus**, y el pago que requiere hacer por el uso de las instalaciones aeroportuarias, tarifa que no depende de la aerolínea. Por ejemplo, la TUA en 2019 representó más del 60 por ciento del costo de la reservación del vuelo”, detalló la empresa.

EntrenaMentes[®]

JUEGOS DE DESTREZA MENTAL
TOTALMENTE GRATIS EN

MILENIO.COM

¿ACEPTAS EL RETO?

JUGAR

EntrenaMentes[®]

JUEGOS DE DESTREZA MENTAL
TOTALMENTE GRATIS EN

MILENIO.COM

¿ACEPTAS EL RETO?

JUGAR