**Versión pública de acuerdo a lo dispuesto en el Art. 30 de la LAIP, se elimina el nombre y Documento Único de Identidad de la persona solicitante por ser datos personales Art. 6 literal “a”; los datos se ubican en el primer párrafo de la presente resolución.**

**RESOLUCIÓN DE ENTREGA DE INFORMACIÓN**

**SOLICITUD NÚMERO 002/2016**

En las oficinas de la Defensoría del Consumidor, a las quince horas y treinta y cinco minutos del día catorce de enero del año dos mil dieciséis, luego de haber recibido y admitido la solicitud de información número **002/2016** presentada ante la Unidad de Acceso a la Información Pública y Transparencia de esta Institución por parte de la señorita xxxx xxxxx xxxxx xxxxxxxxxxxx, quien se identifica con su Documento Único de Identidad número xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx, quien requirió: **“1-Número de denuncias por publicidad ilícita en contra de la imagen de la mujer (Art.- 31, letra a, Ley de Protección al Consumidor); recibidas, investigadas y sancionadas (por tipo de sanción) desde la entrada en vigencia de la reforma y en los últimos 12 meses y 2-Número de prohibiciones anuales (2013-2015) de contenidos publicitarios y/o audiovisuales sexistas y/o misóginos.”,** se realizaron las gestiones necesarias con las Unidades Administrativas competentes, a fin de obtener la información de interés y después de analizar el fondo de lo solicitado y, considerando que la solicitud cumple con todos los requisitos establecidos en el artículo 66 de la Ley de Acceso a la Información Pública -LAIP-, se resuelve:

**PROPORCIONAR LA INFORMACIÓN DISPONIBLE**

1. **Número de denuncias por publicidad ilícita en contra de la imagen de la mujer (Art.- 31, letra a, Ley de Protección al Consumidor); recibidas, investigadas y sancionadas (por tipo de sanción) desde la entrada en vigencia de la reforma y en los últimos 12 meses.**

Se comunica que, desde la entrada en vigencia de las reformas a la Ley de Protección al Consumidor, no se han interpuesto denuncias en los Centros de Solución de Controversias de la Defensoría del Consumidor, con respecto a lo establecido en el Artículo 31 literal a) de la Ley de Protección al Consumidor –LPC-.

Asimismo, es importante informar lo siguiente:

1. Que se ha interpuesto **una** **denuncia sobre el Artículo 31 literal a) de la LPC, vía Presidencia de la Defensoría del Consumidor**, de la cual con el apoyo de la Dirección de Vigilancia de Mercado, ha elaborado un informe de resultado de la investigación realizada, pero al encontrarse aun en trámite no es posible brindarle mayores detalles, dado que se encuentra clasificada como **información reservada** de forma total por 7 años, de conformidad al Índice de Información Reservada de esta institución numeral 23, de los documentos pertenecientes a la Dirección de Vigilancia de Mercado: “Informes de inspecciones por casos especiales (publicidad engañosa) en proceso”, con base en los literales e), f), g) y h) del Artículo 19 de la LAIP. Motivo de la reserva: “Al encontrarse en una etapa previa a adoptar una decisión definitiva, por formar parte de procesos deliberativos, el acceso a esta información debe considerarse reservada; ya que puede causar un serio prejuicio a los procesos administrativos internos y judiciales; puede comprometer su resultado y generar una ventaja indebida a una persona en perjuicio de un tercero sobre los mismos.”
2. Que la Dirección de Vigilancia de Mercado, ha desarrollado dentro sus planes ordinarios de trabajo, **tres** **inspecciones de oficio** **sobre el Artículo 31 literal a) de la LPC**, concluyendo con informes de resultados de las inspecciones realizadas, sobre las cuales el proceso aún se encuentra en trámite, por tanto, no es posible brindar mayores detalles, dado que se encuentran clasificadas como **información reservada** en forma total por 7 años de conformidad al Índice de Información Reservada de esta institución numerales 21 y 23, de los documentos pertenecientes a la Dirección de Vigilancia de Mercado: “Actas de inspección con hallazgos” e “Informes de inspecciones por casos especiales (publicidad engañosa) en proceso”, con base en los literales e), f), g) y h) del Artículo 19 de la LAIP. Motivo de la

reserva: “Al encontrarse en una etapa previa a adoptar una decisión definitiva, por formar parte de procesos deliberativos, el acceso a esta información debe considerarse reservada; ya que puede causar un serio prejuicio a los procesos administrativos internos y judiciales; puede comprometer su resultado y generar una ventaja indebida a una persona en perjuicio de un tercero sobre los mismos.”

1. **Número de prohibiciones anuales (2013-2015) de contenidos publicitarios y/o audiovisuales sexistas y/o misóginos.**

Se informa que, el **Tribunal Sancionador** **de la Defensoría del Consumidor**, ha hecho las revisiones correspondientes en su sistema interno y desde la entrada en vigencia de las reformas a la Ley de Protección al Consumidor hasta la fecha, **no se han interpuesto denuncias con respecto a lo establecido en el Artículo 31 literal a) de la LPC** y por tanto, no se han emitido medidas cautelares para suspender publicidad que se considera ilícita sobre el tema de interés.

**Rúbrica**

Oficial de Información y Transparencia