


|   |   |                 |                |
|---|---|-----------------|----------------|
|  | Versión : 1.0   | Estado: Vigente | Página 1 de 11 |
|   | <h2>Reporte sobre Publicidad de Productos Escolares<br/>Febrero 2015</h2> |                 |                |

## 1. Presentación

En el mes de febrero, el inicio de clases se vuelve una realidad para la economía de las familias, las que se preocupan por las compras necesarias para el nuevo período escolar. Esto incluye una variedad de productos, desde artículos de escritorio, libros, textos escolares, uniformes, hasta accesorios como loncheras y mochilas. Frente a esta demanda, el comercio como las Grandes Tiendas, Supermercados y Tiendas Especializadas, dispone en el mercado diversos productos para satisfacer la necesidad de las familias, por medio de campañas publicitarias que incluyen ofertas y promociones para motivar la preferencia.

En este contexto, SERNAC en el cumplimiento de su misión de proteger e informar a las y los ciudadanos que requieren adquirir este tipo de productos, realizó tareas de monitoreo y análisis de la publicidad vinculada a este mercado, vigilando que la información que las empresas entregan, se ajuste a las normas de la Ley N° 19.496 sobre Protección de los Derechos de los Consumidores.

El siguiente reporte presenta los resultados del análisis de la publicidad de productos escolares, exhibida en medios de circulación nacional entre el 26 de enero al 06 de febrero del año de 2015. En total se observaron 21 piezas publicitarias correspondientes a los siguientes proveedores:

|       | Elaboración                  | Revisión        | Aprobación      |
|-------|------------------------------|-----------------|-----------------|
| Fecha | 12-02-2015                   | 16-02-2015      |                 |
| Cargo | FSSM<br>Profesional de Apoyo | AVVE<br>Abogada | PJE<br>Jefa DEI |



**Cuadro 1.**

Listado de proveedores con publicidad escolar durante el periodo en estudio.

| Proveedor       |
|-----------------|
| 1. A Cuenta     |
| 2. Colloky      |
| 3. Corona       |
| 4. Dijón        |
| 5. Falabella    |
| 6. Fashion Park |
| 7. Head         |
| 8. Hites        |
| 9. Johnson      |
| 10. Jumbo       |
| 11. Líder       |
| 12. Monarch     |
| 13. Paris       |
| 14. Sodimac     |


Fuente: Sernac

## 2. Objetivos

- a) Vigilar el cumplimiento de la publicidad con las exigencias de información establecidas en la Ley N° 19.496 y los Requerimientos Institucionales;
- b) Identificar las infracciones a las prácticas comerciales de contenidas en este tipo de publicidad; y,
- c) Definir acciones que permitan corregir las mencionadas prácticas que pueden, eventualmente, inducir a error o engaño de los consumidores/as.

|       | Elaboración                  | Revisión        | Aprobación      |
|-------|------------------------------|-----------------|-----------------|
| Fecha | 12-02-2015                   | 16-02-2015      |                 |
| Cargo | FSSM<br>Profesional de Apoyo | AVVE<br>Abogada | PJE<br>Jefa DEI |



|   |   |                 |                |
|---|---|-----------------|----------------|
|  | Versión : 1.0   | Estado: Vigente | Página 3 de 11 |
|   | <b>Reporte sobre Publicidad de Productos Escolares<br/>Febrero 2015</b> |                 |                |

### 3. Metodología

**3.1. Tipo de estudio:** Descriptivo

**3.2. Muestra:** Durante el periodo comprendido entre el 26 de enero al 06 de febrero del año 2015, se monitoreó la publicidad vinculada al Mercado de Productos Escolares, recolectando para el análisis un total de 21 piezas publicitarias exhibidas en medios de prensa escrita de circulación nacional, correspondientes a un total de 14 proveedores:

**Cuadro 1.**

Distribución de la muestra según tipo de proveedor


| Tipo de proveedor         | Nº Piezas Publicitarias |
|---------------------------|-------------------------|
| Grandes Tiendas           | 12                      |
| Supermercados             | 5                       |
| Otros locales comerciales | 4                       |
| <b>Total</b>              | <b>21</b>               |

Fuente: SERNAC

**3.3. Dimensiones de observación:** Se definieron dos dimensiones para consolidar las observaciones registradas en el periodo de muestreo:

- a) Forma de entrega de la información (Legibilidad y Disposición de la información entregada).
- b) Contenido de la información (Información Veraz y Oportuna).

|       |                              |                 |                 |
|-------|------------------------------|-----------------|-----------------|
|       | Elaboración                  | Revisión        | Aprobación      |
| Fecha | 12-02-2015                   | 16-02-2015      |                 |
| Cargo | FSSM<br>Profesional de Apoyo | AVVE<br>Abogada | PJE<br>Jefa DEI |

|   |   |                 |                |
|---|---|-----------------|----------------|
|  | Versión : 1.0   | Estado: Vigente | Página 4 de 11 |
|   | <h2>Reporte sobre Publicidad de Productos Escolares<br/>Febrero 2015</h2> |                 |                |

## 4. Resultados Generales

### 4.1. Tipología de hallazgos en la publicidad escolar.


Las infracciones a la LPC que fueron detectadas son las siguientes:

**4.1.1. Presencia de frase "hasta agotar stock" o "hasta agotar stock de x unidades".** Este tipo de frase, no viene sino a dejar en la ambigüedad absoluta al destinatario de la promoción u oferta, desvirtuando el objetivo de la norma, cual es, **darle certeza al consumidor de la época u oportunidad en la cual se encuentra vigente la campaña y en consecuencia, en la que el consumidor podrá exigir el cumplimiento de la misma.**

**4.1.2. Uso de la frase "imágenes referenciales" o similares.** En esta materia lo exigible es que la foto del producto corresponda al ofrecimiento que está realizando el proveedor, por cuanto es eso lo que el consumidor tiene derecho a exigir, el hecho que el proveedor incorpore la frase "imagen o foto referencial" no lo exime del cumplimiento de lo ofrecido.

**4.1.3. Falta de información veraz y oportuna en relación a la utilización del concepto "Garantizado".** La ley dispone que dicha expresión solo puede ser utilizada cuando se informa en qué consiste y la forma en que puede hacerse efectiva, en caso contrario, no se puede incorporar en un soporte publicitario.

|       | Elaboración                  | Revisión        | Aprobación      |
|-------|------------------------------|-----------------|-----------------|
| Fecha | 12-02-2015                   | 16-02-2015      |                 |
| Cargo | FSSM<br>Profesional de Apoyo | AVVE<br>Abogada | PJE<br>Jefa DEI |

|   |   |                 |                |
|---|---|-----------------|----------------|
|  | Versión : 1.0   | Estado: Vigente | Página 5 de 11 |
|   | <h2>Reporte sobre Publicidad de Productos Escolares<br/>Febrero 2015</h2> |                 |                |

**4.1.4. No informa Carga Anual Equivalente (CAE) ni Costo Total del Crédito (CTC).** La Ley exige que cada vez que se realice publicidad de operaciones de crédito, por medio masivos o individuales, en las que se informe una cuota o una tasa de interés de referencia se debe siempre informar la Carga Anual Equivalente (CAE) y el Costo Total del Crédito (CTC). Respecto de la CAE se debe además otorgar un tratamiento similar con la cuota o tasa de interés de referencia, en caso contrario se incurre en infracción a la Ley N° 19.496.

|       |                              |                 |                 |
|-------|------------------------------|-----------------|-----------------|
|       | Elaboración                  | Revisión        | Aprobación      |
| Fecha | 12-02-2015                   | 16-02-2015      |                 |
| Cargo | FSSM<br>Profesional de Apoyo | AVVE<br>Abogada | PJE<br>Jefa DEI |



### 4.2. Análisis de las piezas publicitarias objetadas.

Figura 1.



**Proveedor: Lider.**


**Medio de comunicación: Las Últimas Noticias.**

**Fecha de exposición: 06-02-2015**

Observaciones sobre la pieza publicitaria:

- **Presencia de frase "...o hasta agotar stock indicado para cada producto".**
- **Uso de la frase "Imágenes Referenciales".**
- **No informa CAE ni CTC**

|       | Elaboración                  | Revisión        | Aprobación      |
|-------|------------------------------|-----------------|-----------------|
| Fecha | 12-02-2015                   | 16-02-2015      |                 |
| Cargo | FSSM<br>Profesional de Apoyo | AVVE<br>Abogada | PJE<br>Jefa DEI |

|   |   |                 |                |
|---|---|-----------------|----------------|
|  | Versión : 1.0   | Estado: Vigente | Página 7 de 11 |
|   | <h2>Reporte sobre Publicidad de Productos Escolares<br/>Febrero 2015</h2> |                 |                |

**Figura 2.**



**Proveedor: Hites.**

**Medio de comunicación: Las Últimas Noticias**

**Fecha de exposición:06-02-2015**

Observaciones sobre la pieza publicitaria:

- **Presencia de frase "... y/o hasta agotar stock".**
- **Falta de información veraz y oportuna en relación a la utilización de la expresión "Garantizado".**

|       | Elaboración                  | Revisión        | Aprobación      |
|-------|------------------------------|-----------------|-----------------|
| Fecha | 12-02-2015                   | 16-02-2015      |                 |
| Cargo | FSSM<br>Profesional de Apoyo | AVVE<br>Abogada | PJE<br>Jefa DEI |

**Figura 3.**



**Proveedor: Paris.**

**Medio de comunicación: Las Últimas Noticias.**

**Fecha de exposición: 06-02-2015.**

Observaciones sobre la pieza publicitaria:

- **Presencia de frase "...o hasta agotar stock". En frase anexa informa 450 unidades en stock.**

|       | Elaboración                  | Revisión        | Aprobación      |
|-------|------------------------------|-----------------|-----------------|
| Fecha | 12-02-2015                   | 16-02-2015      |                 |
| Cargo | FSSM<br>Profesional de Apoyo | AVVE<br>Abogada | PJE<br>Jefa DEI |



**Figura 4.**



**Proveedor: Johnson.**

**Medio de comunicación: Las Últimas Noticias.**

**Fecha de exposición: 06-02-2015.**

Observaciones sobre la pieza publicitaria:

- **Presencia de frase "... y/o hasta agotar stock".**
- **Uso de la frase "fotos referenciales".**

|       | Elaboración                  | Revisión        | Aprobación      |
|-------|------------------------------|-----------------|-----------------|
| Fecha | 12-02-2015                   | 16-02-2015      |                 |
| Cargo | FSSM<br>Profesional de Apoyo | AVVE<br>Abogada | PJE<br>Jefa DEI |

**Figura 5.**



**Proveedor: Fashion's Park.**


**Medio de comunicación: Publímetro.**

**Fecha de exposición: 06-02-2015.**

Observaciones sobre la pieza publicitaria:

- **Presencia de frase "...o hasta agotar stock".**

|       | Elaboración                  | Revisión        | Aprobación      |
|-------|------------------------------|-----------------|-----------------|
| Fecha | 12-02-2015                   | 16-02-2015      |                 |
| Cargo | FSSM<br>Profesional de Apoyo | AVVE<br>Abogada | PJE<br>Jefa DEI |

|   |   |                 |                 |
|---|---|-----------------|-----------------|
|  | Versión : 1.0   | Estado: Vigente | Página 11 de 11 |
|   | <h2>Reporte sobre Publicidad de Productos Escolares<br/>Febrero 2015</h2> |                 |                 |

## 5. Conclusión

En vista de los antecedentes expuestos y, considerando, que estos proveedores habían sido oficiados con anterioridad por infracciones a la Ley N° 19.496 de la misma naturaleza que las detectadas en el presente Reporte, es que SERNAC denunciará a **Líder, París, Hites, Johnson, y Fashion's Park por las vulneraciones antes señaladas.**

|       |                              |                 |                 |
|-------|------------------------------|-----------------|-----------------|
|       | Elaboración                  | Revisión        | Aprobación      |
| Fecha | 12-02-2015                   | 16-02-2015      |                 |
| Cargo | FSSM<br>Profesional de Apoyo | AVVE<br>Abogada | PJE<br>Jefa DEI |

