



Versión : 0.0

Estado: No Vigente

Página 1 de 14

INFORME PUBLICIDAD BLOQUEADORES SOLARES

REPORTE PUBLICIDAD PRODUCTOS SOLARES

Noviembre 2015

1. Antecedentes

El 4 de Noviembre del año 2010 comenzó a regir en nuestro país, el Decreto Ley 239 del Ministerio de Salud, que aprueba el reglamento del Sistema Nacional de Control de Cosméticos¹ y que establece que todos los protectores solares que se fabriquen y distribuyan en Chile deben indicar su protección solar (FPS), y si corresponde a baja, media, alta o muy alta protección. El intervalo para dicha clasificación será de entre 6 y 50+. De esta forma, los protectores solares elaborados y distribuidos a partir de la fecha señalada no podrán indicar en sus etiquetas un factor mayor a 50+.

La definición de estos productos señala: **“Los protectores solares son aquellos destinados a ser aplicados sobre la piel con la finalidad exclusiva o principal de protegerla de la radiación ultravioleta A y/o B, ya sea absorbiéndola, dispersándola o reflejándola”².**

Por este motivo, se destaca la importancia de que la ciudadanía cuente con la mejor información sobre los protectores solares, de acuerdo a la siguiente tabla:


Categoría a indicar en la etiqueta	Factor de Protección Solar (FPS) a indicar en la etiqueta	Factor de protección solar medido
Protección baja	6	6-9.9
	10	10-14.9
Protección media	15	15-19.9
	20	20-24.9
	25	25-29.9
Protección alta	30	30-49.9
	50	50-59.9
Protección muy alta	50+	Igual o mayor a 60

¹ Decreto Ley 239, del Ministerio de Salud, que aprueba Reglamento del Sistema Nacional de Control de Cosméticos.

² http://www.sernac.cl/wp-content/uploads/2012/12/DTO-239_Aprueba-reglamento-del-sistema-nacional-de-control-de-cosmeticos-20-JUN-2003.pdf

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	03/12/2015	03/12/2015	03/12/2015
Cargo	Coordinadora UAP	Jefatura DEI	Jefatura DEI



	Versión : 0.0	Estado: No Vigente	Página 3 de 14
	INFORME PUBLICIDAD BLOQUEADORES SOLARES		

2. Objetivos

Objetivo general

Analizar la publicidad comercial referida a protectores solares emitida en medios de prensa de circulación nacional y catálogos de empresas que ofrezcan estos productos.

Objetivos específicos


- Vigilar el cumplimiento de la publicidad con las exigencias de información establecidas en la Ley N° 19.496 y la Guía de Alcance Publicitario y de Prácticas Comerciales de SERNAC³;
- Identificar las infracciones a la normativa sobre los derechos de las/los consumidoras/es contenidas en este tipo de publicidad; y,
- Definir acciones que permitan corregir y/o ajustar prácticas publicitarias o infracciones, para mejorar la información que se entrega a las/los consumidoras/es.

3. Aspectos metodológicos

- **METODOLOGÍA.** Análisis de contenido.
- **UNIDADES DE ANÁLISIS.** Piezas publicitarias exhibidas en medios de prensa de circulación nacional.
- **MUESTRA.** Las piezas seleccionadas corresponden a aquellas relacionadas con el ofrecimiento de Protectores Solares, exhibidas en los medios de comunicación antes mencionados, durante el periodo del 1 al 15 de Noviembre del 2015. Se recolectaron y analizaron un total de **17** piezas publicitarias.

³ <http://www.sernac.cl/wp-content/uploads/2015/02/Gu%C3%ADa-de-Alcance-Publicitario1.pdf>

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	03/12/2015	03/12/2015	03/12/2015
Cargo	Coordinadora UAP	Jefatura DEI	Jefatura DEI

	Versión : 0.0	Estado: No Vigente	Página 4 de 14
	INFORME PUBLICIDAD BLOQUEADORES SOLARES		

4. Análisis de la publicidad comercial

4.1 Caracterización General de la publicidad de Protectores Solares.

El monitoreo publicitario se centró en la publicidad emitida por las cadenas farmacéuticas, **Cruz Verde, SalcoBrand, Farmacias Ahumada**, y además se registró la publicidad de los supermercados **Jumbo**, de la tienda **Preunic** y de del producto **Emolan**.

4.2 Total piezas publicitarias registradas y piezas analizadas: En el período observado se analizaron **17 piezas publicitarias**. De ellas **7 piezas presentaron problemas de información y/o frases susceptibles de comprobación**.

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	03/12/2015	03/12/2015	03/12/2015
Cargo	Coordinadora UAP	Jefatura DEI	Jefatura DEI



INFORME PUBLICIDAD BLOQUEADORES SOLARES

Cuadro N° 1 Descriptivo de Hallazgos Detectados

NOMBRE EMPRESA	MEDIO	HALLAZGOS		
		Letra chica	Imágenes Referenciales	Frases susceptibles de comprobación
Farmacias Ahumada	Catálogo "Me siento Bien". Noviembre 2015			x
Farmacias Ahumada	Publicidad Diario La Tercera 04-11-2015.	x		
Farmacia Cruz Verde	Catálogo Noviembre 2015			x
Farmacia Cruz Verde	Diario Las Ultimas Noticias, 01-11-2015			x
Emolan	Revista ya el mercurio 30-10-2015			x
Preunic	Catálogo Noviembre 2015		x	
SalcoBrand	Catálogo Noviembre 2015		x	

Fuente: SERNAC

4.3 En cuanto a fallas en la forma y contenido de la información

- De un total de 17 piezas analizadas se detectaron 3 (17,6) piezas con problemas de información.
 - **Farmacias Ahumada:** presenta información relevante en **letra chica**.
 - **Farmacia SalcoBrand:** presenta la frase **"Imágenes referenciales"**.
 - **Preunic:** presenta la frase **"Imágenes referenciales"**.


	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	03/12/2015	03/12/2015	03/12/2015
Cargo	Coordinadora UAP	Jefatura DEI	Jefatura DEI

INFORME PUBLICIDAD BLOQUEADORES SOLARES

- El 23,5% de la publicidad analizada (4 de 17 piezas) presentan frases susceptibles de comprobación.

N°	Nombre Empresa	Medio	Fecha	Mensaje Publicitario
1.	Farmacias Ahumada	Catálogo "Me siento Bien".	10-11-2015, Diario La Tercera.	<p>PRODUCTO VICHI AUTOBRONCENTE CAPITAL SOLEIL, \$13.990 (pág. 11): "Entrega un bronceado natural e uniforme a partir de la primera hora después de la aplicación además de hidratar durante 8 horas".</p> <p>PRODUCTO JERGENS, NATURAL GLOW (pág. 11): "Crema autobronceante, Express Jergens 3 días tono claro a medio o medio a bronceado".</p>
2.	Farmacia cruz verde	Publicidad diario	01-11-2015 Las Ultimas Noticias	"ISDIN FOTO ULTRA: Primer fotoreparador antienvjecimiento con eficacia clínicamente demostrada y, además, reafirmante de la piel, indicado para pieles con arrugas de expresión y/o profundas".
3.	Farmacia Cruz Verde	Catálogo	01-11-2015	<p>Presenta frase "PRODUCTO EXCLUSIVO" (pág.7).</p> <p>LA ROCHE – POSAY (pág.8): "Eficacia probada a nivel del ADN celular con eficacia antienvjecimiento y antipigmentación".</p> <p>FOTO ULTRA ISDIN (pág.10): "Reparación del daño celular a nivel del ADN: Repairsomes (Fotolasia + Filtros solares en liposomas).</p> <p>EUCERIN KIDS (pág. 30): "Compuesto por un sistema de filtros Tinosorb S que entrega una muy alta protección UVA-UVB, Licochalcona A que previene los daños a largo plazo causados por el sol y protección muy alta".</p> <p>FOTO PROTECTOR ISDN PEDIATRICS (Pág. 32): "Muy alta protección contra la radiación UVA, dos veces más estricta que los estándares europeos". "Testado en bebés con tendencia a la Atopía".</p>
4.	Emolan	Revista	30-10-2015 Revista Ya El mercurio	"Su formulación especial contiene ANTILEUKINE-6 que ayuda a disminuir el riesgo de cáncer a la piel y su envejecimiento prematuro".

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	03/12/2015	03/12/2015	03/12/2015
Cargo	Coordinadora UAP	Jefatura DEI	Jefatura DEI

	Versión : 0.0	Estado: No Vigente	Página 7 de 14
	INFORME PUBLICIDAD BLOQUEADORES SOLARES		

5. CONCLUSIONES

A raíz de los resultados del presente reporte, el SERNAC denunciará una farmacia y oficiará a otras 2 dos empresas para que ajusten su publicidad, además oficiará a 3 empresas solicitando los antecedentes que acrediten sus promesas publicitarias:

Se denunciara a Farmacias Ahumada por infringir la norma consagrada en la LPC -al exhibir información en un formato de letra que resulta ilegible puesto que su tamaño es inferior a 2,5 mm-.

Oficiará SalcoBrand y Preunic a efectos de solicitar el ajuste de su publicidad a la normativa en materia de consumo en relación a la frase restrictiva “Imágenes referenciales” que pueden resultar restrictivas para los consumidores e inductivas a error o engaño, contraviniendo al derecho a una información veraz y oportuna sobre los bienes y servicios ofrecidos, su precio, condiciones de contratación y otras características, relevantes de los mismos, y él deber de informarse responsablemente de ellos.

Además Oficiará a las empresas Farmacias Ahumada, Farmacias Cruz Verde y Emolan a fin de requerir información que compruebe la afirmación publicitaria respecto de los beneficios de sus productos, para lo cual se solicitarán los antecedentes que comprueben la veracidad de la información contenida en los anuncios.

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	03/12/2015	03/12/2015	03/12/2015
Cargo	Coordinadora UAP	Jefatura DEI	Jefatura DEI




INFORME PUBLICIDAD BLOQUEADORES SOLARES

6. ANEXO: PIEZAS ANALIZADAS

1. FARMACIAS AHUMADA, CATALOGO ME SIENTO BIEN, NOVIEMBRE 2015



	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	03/12/2015	03/12/2015	03/12/2015
Cargo	Coordinadora UAP	Jefatura DEI	Jefatura DEI

	Versión : 0.0	Estado: No Vigente	Página 9 de 14
	INFORME PUBLICIDAD BLOQUEADORES SOLARES		

2. FARMACIAS AHUMADA, LA TERCERA 4-11-2015



bien

VICHY
LABORATOIRES

40%
DCTO.

EN LA SEGUNDA UNIDAD

CREMAS DE ROSTRO
¡Combinálos como quieras!

LA ROCHE-POSAY
LABORATOIRE PHARMACEUTIQUE

40%
DCTO.


EN LA SEGUNDA UNIDAD

SOLARES
¡Combinálos como quieras!

farmacias ahumada

* Promoción válida del 3 al 8 de noviembre de 2015, en todas las farmacias Ahumada. El descuento aplica al momento de pagar el producto. No aplica a productos de marca propia. No aplica a productos que tengan un descuento por lanzamiento. Consultar por los detalles de esta promoción en el sitio web de Farmacias Ahumada o al 800 000 000.

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	03/12/2015	03/12/2015	03/12/2015
Cargo	Coordinadora UAP	Jefatura DEI	Jefatura DEI

	Versión : 0.0	Estado: No Vigente	Página 10 de 14
	INFORME PUBLICIDAD BLOQUEADORES SOLARES		

3. FARMACIA CRUZ VERDE, LAS ULTIMAS NOTICIAS, 1-11-2015



DERMOSOLARES

Fotoprotger tu piel día a día,
ES DISFRUTAR DEL SOL

VEN A DERMOSOLARES DE CRUZ VERDE

INNOVACIÓN

ISDIN FOTO ULTRA
AGE REPAIR 50+ 50 ML.
Primera fotoprotector actinoprotectora con eficacia clínica demostrada, además, refuerzo de la piel indicado para pieles con arrugas de expresión y profundas.
\$19.800
CÓD: 273685
ISDIN

EUCERIN SUN
SPRAY TRANSPARENTE TOQUE SECO FPS 50+ 150 ML.
\$15.990
CÓD: 273359
Eucerin

ANTHELIOS
PROTECTOR DERMOPEDIATRICO LECHE BEBÉS FPS 50+ 50 ML.
\$16.990
CÓD: 273694
LA ROCHE-POSAY
Laboratoire Dermatologique


	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	03/12/2015	03/12/2015	03/12/2015
Cargo	Coordinadora UAP	Jefatura DEI	Jefatura DEI

INFORME PUBLICIDAD BLOQUEADORES SOLARES

4. FARMACIA CRUZ VERDE CATALOGO DE NOVIEMBRE 2015



	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	03/12/2015	03/12/2015	03/12/2015
Cargo	Coordinadora UAP	Jefatura DEI	Jefatura DEI

	Versión : 0.0	Estado: No Vigente	Página 12 de 14
	INFORME PUBLICIDAD BLOQUEADORES SOLARES		

5. EMOLAN, REVISTA YA EL MERCURIO, 30-11-2015



EMOLAN
DERMATOLÓGICO

SPRAY CONTINUO 360°

Quando tus hijos están protegidos, disfrutan lo mejor del sol.

NIÑOS

Protege a tus hijos del sol con el spray continuo Emolan +50.

Su formulación especial contiene *ANTILEUKINE-6, que ayuda a disminuir el riesgo de cáncer de piel y su envejecimiento prematuro.

Hipoalergénico. Dermatológicamente testado.

*Theoria Vol. 18, 2009, U. Del Bío Bío - Chile

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	03/12/2015	03/12/2015	03/12/2015
Cargo	Coordinadora UAP	Jefatura DEI	Jefatura DEI

Equipo Departamento de Estudios e Inteligencia.



INFORME PUBLICIDAD BLOQUEADORES SOLARES

6. PREUNIC, CATALOGO, NOVIEMBRE 2015

ELLAS SABEN
LO QUE LES CONVIENE

HAWAIIAN Tropic
Silk HYDRATION
50
SPF
180ml
245957

OFERTA
Antes: \$7.990
\$3.990
HAWAIIAN TROPIC
Silk Hydration
FPS50 180ml
245957

LEBLON
extreme
50+
Protector Solar
190ml
204957

OFERTA
Antes: \$5.990
\$2.990
LEBLON
Protector Solar FPS50+
Extreme o Kids 190ml
204957-204963

EXCLUSIVO
\$1.490
SIMONDS
Protector Solar Familia
o Baby FPS50 Gotillo
202956/2197

HAWAIIAN Tropic
ozono
50
SPF
180ml
245957

HAWAIIAN Tropic
Baby
50
SPF
90ml
245957

OFERTA
Antes: \$4.490c/u
\$1.990c/u
HAWAIIAN TROPIC
Protector Solar Ozono
o Baby Faces 90ml
245957-0168

EXCLUSIVO
PACK
\$3.690
LUBRIDERM
Cremas Corporales x3 120ml
+ Cosmético
+ Entrada al Cine de Regalo
246225

preunic.cl

PreUr
siempre c

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	03/12/2015	03/12/2015	03/12/2015
Cargo	Coordinadora UAP	Jefatura DEI	Jefatura DEI

INFORME PUBLICIDAD BLOQUEADORES SOLARES

7. FARMACIA SALCOBRAND, CATALOGO NOVIEMBRE 2015

SB SALUD & BIENESTAR

Ofertas Salcobrand

KOTEX
Toalla Higiénica Ultra-Fina Tela
Con Aros 7 Unidades o Toallas
Higiénicas Variedades
18.900x7 / 18.900x7 / 200x7 / 122x7 /
122x7 / 150x7 / 150x7

2da unidad 50% dcto

DOVE
Desodorante Spray o Baño
Hombre y Mujer
Variedades

2x \$2.990
Precio normal: 2x \$5.180

Nutrisse
Coloración en Crema
Variedades

2x \$2.990
Precio normal: 2x \$4.180

DOVE
Dove Shampoo o Acondicionador
400ml
51.140.70 / 4983 / 50903 / 3005 / 1733 /
1738 / 4935 / 2537 / 4935 / 2538

\$1.990 c/u
Precio normal: \$2.990 c/u

LEBLON
Protector Solar Baby FPS50+
o Antioxidante FPS50 50g
4170057 / 7001

\$990 c/u
Precio normal: \$1.890 c/u

Colgate Total

2x \$1.990

EXCLUSIVO CON

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	03/12/2015	03/12/2015	03/12/2015
Cargo	Coordinadora UAP	Jefatura DEI	Jefatura DEI